

H Ä V Y T Ö N



Kantaa ottava vaatemallisto artistille
Kati Määttä / LAMK / Muotoiluinstituutti
Muoti-ja vaatesuunnittelu

HÄVYTÖN/ SHAMELESS

Kantaa ottava vaatemallisto artistille/
Statement collection for artists

Kati Määttä
Opinnäytetyö
Kevät 2018
Lahden ammattikorkeakoulu
Muotoiluinstituutti
Muotoilun koulutusohjelma
Muoti-ja vaate suunnittelu
117 sivua

LAMK

Lahden ammattikorkeakoulu
Lahti University of Applied Sciences





TIIVISTELMÄ

Hävytön-opinnäytetyössäni tutkin mitä on suh-
tautumisemme mediassa ja mainonnassa esiin-
tyvään esineellistämiseen. Inspiraationi aiheen
valintaan pohjautuu hyvin vahvasti musiikkivide-
oihin, joissa objektisoiva representaatio esiintyy
myös hyvin vahvana. Tutkimuksesta syntyi kan-
taa ottava vaatemallisto, joka on suunniteltu ar-
tisteille esiintymisasuksi. Mallisto leikittelee niin
feminiinisillä kuin maskuliinisilläkin vaatekappa-
leilla, muodostaen yhdessä sukupuolettoman
kokonaisuuden. Aiheessani tutkin seksikyyden
käsitystä vaatetuksen keinoin, sen pohjalta aloitin
suunnittelun omaa tulkintaani käyttäen. Mallisto
ottaa visuaalisesti vaikutteita muun muassa feti-
sismistä, joka kuvastaa myös esineellistämisessä
käytettyjä valtarakenteita.

Avainsanat: kantaa ottava vaatemallisto, sek-
sikäs pukeutuminen, feminismi, tasa-arvo, esi-
neellistäminen mediassa ja mainonnassa.

ABSTRACT

In my graduation work, called "Shameless", I am
contemplating about our attitudes and relations
towards the objectifying of people occurring in
media and advertising. Based on the research,
I drew a statement collection of ten outfits.
This collection plays with feminine as well as
masculine pieces of clothing, ultimately forming
a neutral and sexless entirety. It draws its visual
influences from fetishism – a topic that also
reflects the power structures we see appearing
in objectification. Mainly designed for artists to
use in music videos or on stage, "Shameless" is
a collection that takes a neutral stance in gender,
age and other demographic variables.

Key words: statement collection, sexuality in clo-
thing, feminism, gender equality, object-oriented
representation in media and advertising.

Avainkäsitteet

Esineellistäminen - Objektisoiva representaatio mediassa ja mainonnassa. Katsojana subjektiuden anastaminen ja toisen henkilön/ihmisyryhmän arvon alentaminen. Käyttäytyminen jossa toisen henkilön ”minuus” kielletään eikä hänen tunteitansa oteta huomioon. (Nikunen, Paasonen & Saarenmaa 2005, 90.)

Seksikäs pukeutuminen - Karismaattinen, houkutteleva, kiehtova, vetävä, trendikäs. Ei rinnasteta suoranaisesti sanaan ’seksi’.

Tasa-arvo - Tarkoittaa kaikkien ihmisten yhtäläistä arvoa yksilöinä. Suomessa tasa-arvolla viitataan erityisesti sukupuolten väliseen tasa-arvoon. Tasa-arvolaisissa syrjintä on kielletty sukupuolen, sukupuoli-identiteetin ja sukupuolen ilmaisun perusteella. Laki koskee myös syrjintää, joka perustuu siihen, että henkilön fyysiset sukupuolta määrittävät ominaisuudet eivät ole yksiselitteisesti naisen tai miehen. Laki sisältää velvoitteen ennaltaehkäistä syrjintää. (Seta 2016)

Heteronormatiivisuus - Ajattelutapa, jossa heterous nähdään kaikkia muita suuntautumisia toivotumpana, luonnollisempana ja parempana. (Seta 2016)

Queer - Poliittinen ja usein akateeminen näkökulma ja ajattelumalli, joka kyseenalaistaa yhteiskunnan sukupuoleen ja seksuaaliseen suuntautumiseen liittyviä normeja. Queer on myös identiteetti, jonka myötä ihminen ei halua määrittää omaa seksuaalista suuntautumistaan tai sukupuoltaan. (Seta 2016)

Feminismi - Tasa-arvoa tukeva liike, joka korostaa naisten välistä erilaisuutta yhden naiseuden sijaan. Kiinnittää huomiota myös seksuaalisuutta, etnisyyttä ja luokkaeroja koskeviin asioihin tukien yhdenvertaisuutta.

Misogynia - Naisiin kohdistuva negatiivinen asenne, jota kuvaa aliarvostus tai suoranainen viha. Mies nähdään ylempiarvoisena.





SISÄLLYS


TIIVISTELMÄ

1. JOHDANTO	10
2. AIHEEN ESITTELY	12
2.1 Lähtökohdat ja tavoitteet	14
2.2 Tutkimuskysymykset	15
3. TAUSTOITUS / TUTKIMUS	16
3.1 Seksi+käs	18
3.1.1 Esineellistäminen mediassa ja mainonnassa	20
3.1.2 Uusi maskuliinisuus	22
3.1.3 Sukupuolistereotypiat	24
3.1.4 Pornoistuva median kuvasto	26
3.1.5 Mainosten sensuroiminen	30
3.1.6 Feministisesti mielekästä seksikästä mainontaa?	32
3.2.1 Uusi seksikkyys	36
3.2.2 Paljastavuus vaatteessa	38
3.2.3 ”Mitäs pukeuduit provosoivasti?”	40
3.3.1 Artistin imagon rakentuminen pukeutumisen keinoin	42
3.3.2 Pukeutumiskuva	44
3.4 Johtopäätökset	46
4. PROSESSI	48
4.1 Taustoitus ja kohderyhmä	50
4.2 Moodboard	52
4.3 Materiaalit	54
4.4 Materiaalin muokkaus	56
4.5 Luonnokset	60
4.6 Kaavoitus ja valmistus	62
5. MALLISTO	64
5.1 Mallistokartta	66
5.2 Line up	68
5.2 Asut	70
5.3 Editorial-kuvat	80
LOPPUPÄÄTELMÄT	106
LÄHTEET	110

1. Johdanto

Seksi myy eikä nykykulttuurissa sillä tunnu olevan rajoja eriarvoisen esineellistämisen suhteen. Mutta milloin ihmisestä tulee objekti ja kuinka esineellistäminen eroaa eri sukupuolien välillä? Media ja mainonta pyörii hyvin pitkälti heteronormatiivisten stereotyyppien sekä esim. naisia alentavan materiaalin ympärillä. Kulttuurimme on kyllästetty normeilla ja eriarvoisuudella. Vaikka ihmiset ovat koko ajan tietoisempia ja avoimempia erilaisuutta kohtaan, olen huomannut, että tasa-arvoisuuden puolesta saa vieläkin pitää ääntä. Välillä olen vieläkin joutunut yllättymään poistuessani hetkeksi omasta ”luovan alan kuplasta”, jonka ympäröivässä maailmassa itse elän. Pidän tasa-arvoon liittyviä asioita lähipiirissäni jo hyvin itsestään selvänä, mutta missä mennään oikeasti oman kuplani ulkopuolella? Kuinka vahva arvo on median luomilla nais- ja mieskuvilla meidän käyttäytymisemme ja miten se ilmenee pukeutumisen kautta?





2.0

AIHEEN ESITTELY

2.1 Lähtökohdat ja tavoitteet

Sosiaalista mediaa seuratessa huomaa vielä hyvin paljon sitä, että vaikka olemme päässeet tasa-arvokysymyksissä eteenpäin, niin silti tietyt normit ovat meissä hyvin syvään uurrettuja. Nykyään aiheen ympärillä keskustelu on vilkasta ja se on myös hyvin paljon helpompaa kuin ennen, koska jokaisella on mahdollisuus saada äänensä kuuluville. Tämä puolestaan voi olla myös huono asia, sillä monilla ei tunnu olevan minkäänlaista suodatinta sen suhteen, millainen keskustelu on asiallista ja millainen taas ei. Tavoitteenani on luoda keskustelua aiheen ympärillä ja tuoda kuvastoon ripaus erilaisuutta. Median kuvastot luodaan usein miellyttämään enemmistöä ihmisistä, mutta mielestäni on hyvin tärkeää, että totumme näkemään aivan kaikenlaisissa kuvastoissa kaikenlaisia ihmisiä. Kun tällaisista kuvista tulee arkipäiväisempiä, niin myös aiheen ympäriltä poistuu tietynlainen vieraus ja outous. Usein asioiden ”hypettäminen” ja jopa provosoiminen tietyissä määrin voi olla hyvä asia, mutta sitä ei kuitenkaan kannattaisi tehdä lähtökohtaisesti niin, että tavoitteena on suututtaa jokin toinen ihmisryhmä.

Tabujen rikkominen, naiseus ja seksuaalisuus ovat aiheita, joita olen käsitellyt aikaisemmissa töissäni. Suunnittelijana olen kiinnostunut tekemään kantaa ottavia töitä esimerkiksi koskien tasa-arvoa ja ihmisoi-keuksia. Minulla on palava halu luoda jotain, mikä ei ole vain päällisin puolin kaunis asia,

vaan joka pohjautuu johonkin merkitykselliseen. Koen, että olen onnistunut työssäni silloin, kun joku muukin kokee käsittelemäni aiheen myös itselleen tärkeänä tai jopa voimaannuttavana kokemuksena.

Entä mitä uutta tuon jo näinkin loppuun pureskeltuun aiheeseen? Aihetta on käsitelty paljon, milloin mistäkin näkökulmasta katsottuna. Itse olen sitä mieltä, että erityisesti ihmisten pukeutumisen kannalta aihe on erittäin ajankohtainen, kuten viimeaikaisia uutisia selatessamme voimme huomata. Itse olen valitettavasti vieläkin joutunut vastaanottamaan seksistisiä kommentteja, koskien esimerkiksi omaa pukeutumistani. Olen myös kokenut joutuvani esineellistettyyn asemaan, joten koen, että kyllä tässä asiassa vielä pureskeltavaa riittää. Minusta olisi jo sen aika, että jokainen saisi toteuttaa itseään pukeutumisen keinoin ilman, että joutuu kokemaan häirintää tai kuulemaan seksistisiä/ homofobisia kommentteja.

Tavoitteenani on myös toteuttaa ammattitaitoisesti valmistettu kantaa ottava mallisto, joka tukee opinnäytetön kirjallista materiaalia. Haluan tuoda tätä esiin erityisesti laadukkailla materiaalivalinnoilla sekä materiaalin muokkausta apuna käyttäen.

Tutkimusmenetelmät:

Opinnäytetyöni tutkimusosuudessa haastattelen valokuvaaja ja ohjaaja Viivi Huuskaa. Hän on itsekin tehnyt paljon kantaa ottavia töitä koskien sukupuolittunutta kuvastoa. Hänen työnsä ovat myös toimineet minulle suurena inspiraationlähteenä ja innoittajana. Oman alani näkökulmaa saan opinnäytetyöhöni haastatteleamalla stailisti Vesa Silveriä, joka kertoo poptähden imagon luomisesta vaatetuksen keinoin. Muina lähteinä olen lukenut kirjallisuutta koskien esineellistämistä, sukupuolta ja seksuaalisuutta mediakuvassa sekä vaatetusalaan koskevia kansainvälisiä e-aineistoja.

2.2 Tutkimuskysymykset

1. Mitkä tekijät pukeutumisessa määrittelevät seksikyyden?
2. Miten suunnitella seksikäs mallisto estradikäyttöön?



3.0

TAUSTOITUS / TUTKIMUS

3.1. Seksi+käs

Seksikkyys on käsitteenä hyvin subjektiivinen, koska jokaisella on tietysti oma käsityksensä asiasta. Aluksi halusin avata hieman sanan merkitystä, koska jo sen määrittäminen tuotti minulle vaikeuksia. Yleisesti koen sanan positiiviseksi, mutta välillä herää kysymys; onko se kuitenkin vain salonkikelpoinen vastine suorasukaisemmille kommentoijille, joita ei sanota ääneen? Ehkä näin on joissain tapauksissa, esimerkiksi esineellistämiseen liittyen. Sanan negatiivinen puoli tulee usein esiin tilanteissa, joissa sen käyttäjä tekee kohteesta objektin. Ensimmäinen mielikuva tuo mieleen seksin sekä ihmisen, jonka kanssa halutaan harrastaa seksiä.

”Kyseessä on arkikielinen merkitysryhmä ja selitteenä ’houkutteleva, kiehtova, vetävä, trendikäs’.” (kielikello.fi)

Tämän mukaan ihmistä, joka luokitellaan adjektiiviin sopivaksi, ei rinnasteta suoranaisesti sanaan ’seksi’. Myös pukeutumisella on todella suuri rooli seksikyyteen, mutta se ei kuitenkaan ole kaikki kaikessa. Mielestäni sen voisi tulkita niin, että pukeutuminen tukee henkilön omaa karismaa, josta muodostuu kokonaisuutena seksikkyys. Tämä on myös määritelmä, jota tarkoitan käyttäessäni kyseistä adjektiivia opinnäytetyössäni.



3.1.1 Esineellistäminen mediassa ja mainonnassa

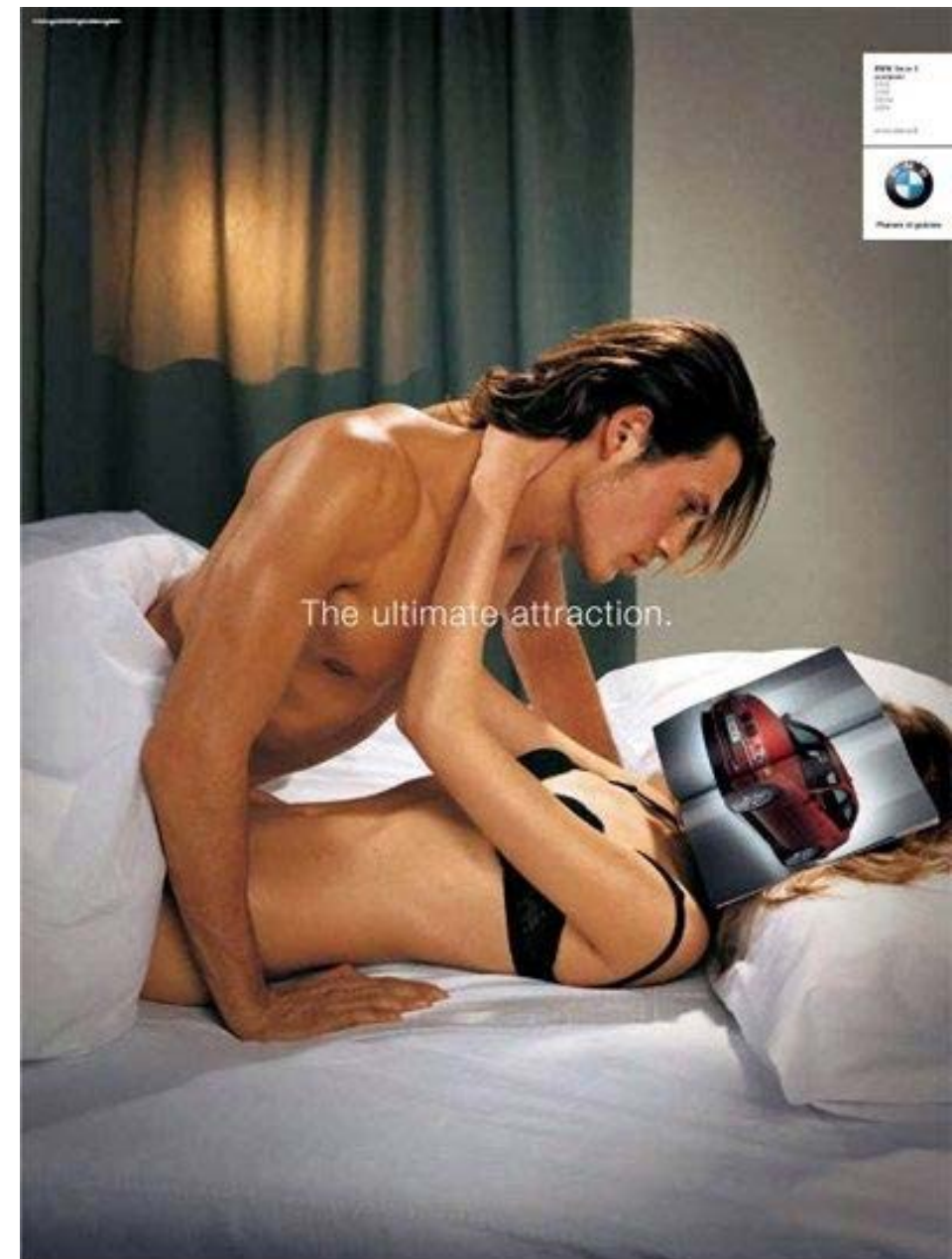
Tutkimalla median ruumiskuvastoja ei voi välttämättä tietää siitä, miten oikeat miehet ja naiset käyttäytyvät ja omak-suvatko he median käsityksiä ruumiista ja sukupuolesta. Mediakuvat tarjoavat kuitenkin näköalapaikan siihen, mistä lähtökohdista ruumiita kunakin aikana tarkastellaan ja mitä asioita naisille ja miehille tarjotaan sallittuina ja kiellettyinä, normaaleina ja epänormaaleina. (Laiho & Ruoho 2005, 7.)

Nykypäivän muokattavaksi, korjattavaksi ja paranneltaviksi määriteltyihin ruumiisiin on kirjoittautunut yhä yksityiskohtaisempia eroja, joita nimitetään vioiksi, puutteiksi, torjuttaviksi ja tavoiteltaviksi piirteiksi. Ruumiin hierarkiaan kiinnittyy häpeää ja haavoittuvuutta. ”(Julkunen 2004, Laihon & Ruohon 2005, 7. mukaan.) Media sekä synnyttää yhä tiukempaa käsitystä ideaalista ruumiista että purkaa sen tavoittelemiseen liittyvää pettymystä ja ahdistusta (Laiho & Ruoho 2005, 7.8).

Melkein jo perehtymättä sen kummemmin aiheeseen voi todeta, että tämä ideaali hahmo näyttäytyy usein länsimaisessa kulttuurissa vaaleana, normaalivartaloina heteronaise-
na tai miehenä. Mainoskuvastoissa näytetään sellaisia henkilöahmoja, johon valtavirta voisi helpoiten samastua. Olen ajautunut asian tiimoilta hyvin mielenkiintoisiin keskusteluihin, joista yksi toimi hyvin suurena vaikuttajana myös opinnäytetyöni aiheen valintaan. Keskustelin viime talvena noin keski-ikäisen naispuo-

lisen henkilön kanssa artisti Pete Parkkosen ’Kohta sataa’ musiikkivideosta, jota hän piti suorastaan pöyristyttävänä. (löydettävissä <https://vimeo.com/218174482>) Kävi ilmi, että aihe oli saanut myös sosiaalisen median kuohumaan erilaisuudellaan. Olin yllättynyt, sillä itse olin vaikuttunut siitä, että vihdoin joku uskaltaa provosoida ja kääntää median sukupuoliroolit aivan toisinpäin. Mieleepä tuli heti musiikkivideoita lapsuudestani, esim. Britney Spearsin Slave 4 You (löydettävissä <https://vimeo.com/167015120>), joka on vähintäänkin yhtä seksuaalinen kuin tämäkin. Ihmiset ovat siis tottuneet seksistisiin mainoksiin, kuviin ja videoihin naisista, mutta ovatko he kuitenkaan vielä valmiita näkemään miestä vastaavanlaisessa roolissa?

”Miesruumiin seksualisoiva esittäminen mainoskuvastossa on yleistynyt, mutta juuri naiset asettuvat edelleen useimmiten mainonnassa kameran eteen, sen edustamaa katsetta varten” (Nikunen, Paasonen & Saarenmaa 2005, 108). Mies esitetään usein heteronormatiivisen ajattelumallin mukaan maskuliinisena ja vain harvoin mies on asetettu vastaavanlaiseen asetelmaan, jossa hän pursuaa seksuaalisuutta ja näyttäytyy yhtä haavoittuvaisena, kuin kyseisellä videolla nähdään. Tässä tapauksessa katsojana toimiikin nainen ja Pete on asetettu riisuttuun, viettelevään ja esineellistettyyn asetelmaan. Yleensä olemme tottuneet näkemään miehestä ehkä hieman toisenlaisen kuvan.



3.1.2 Uusi maskuliinisuus

Hollywoodin elokuvissa miehet esittävät yleensä vaikenevina, tunteensa ja kipunsa peittävinä taistelijahahmoina. Heidän filosofiaansa on kuulunut, että mitä vähemmän puhut ja mitä vähemmän näytät pelkoasi ja kärsimystäsi, sitä miehisempi olet. -Donald (2001) (Laiho & Ruoho 2005, 35.)

Tätä lukiessani löysin hyvin paljon yhtäläisyyksiä myös suomalaisen kulttuurin ihannoimaan mieskuvaan. Koen myös, että mieheen kohdistuva esineellistäminen onkin hyvin erilainen suhteessa naiseen. Naiskuvaa tarkastellessa esiin tulee hyvin pitkälti ulkonäköön keskittyviä asioita, kun taas miehisyyden mittarina on usein hyvin maallisia arvoja, kuten se mitä omistetaan tai kuinka miehen kuuluu tai ei kuulu käyttäytyä.

”Maskuliinisuus kulkee pitkälti käsi kädessä myös militarisoitumisen kanssa, eli priorisoidaan tietynlaista maskuliinisuutta, jossa voiman käyttö ja heteroseksuaalisuus ovat miehisyyden keskeinen elementti. Tähän maskuliinisuuden muotoon liitetään rationaalisuus, ei-tunteellisuus, hallinta, henkinen ja fyysinen vahvuus.” (Simes 2017.) Tämä näkyy myös miesten vaatetuksessa, jota merkitään ja korostetaan niin mainoksissa kuin arkielämässäkin vaattein, välinein ja asustein (Rossi 2003, 63.)

Selatessani Internetiä törmäsin sanaan ’uusi maskuliinisuus’. Se on termi, jota käytetään artikkelissa koskien valokuvanäyttelyä, joka järjestettiin Berliinissä talvella 2017 (New Masculinity). Artikkelissa haastatellaan nuo-

ria taiteilijoita, jotka kertovat mitä maskuliinisuus tarkoittaa heille henkilökohtaisesti. Maailma olisi heidän mielestään paljonhauskempi paikka, jos maskuliinisuutta leimaisivat empatia, myötätunto ja kunnioitus. Maskuliinisuutta ja naisellisuutta voidaan pitää sosiaalisina rakenteina, tapoina luokitella ja mitata miesten ja naisten käyttäytymistä. Maskuliinisuuden stereotyyppisena kuvana pidetään hallitsevuutta, vahvuutta ja paremmuutta, jota kutsutaan myöskin hegemoniseksi maskuliinisuudeksi. Uusi maskuliinisuus liittyy sukupuolten tasa-arvoon. Sen tarkoituksena on luoda avoimempi ja rehellisempi käsitys siitä, mitä tarkoittaa olla mies, nainen tai ei-binääri. Esimerkiksi perinteinen maskuliinisuus ei niin vapaasti anna miehiä näyttää koko tunteiden kirjoaan, kuten haavoittuvuutta, pelkoa, kipua tai epätoivoa. Tämä on johtanut siihen, että miehet eivät puhu niin avoimesti ongelmistaan, kuin naiset. Osa miehistä ei myöskään uskalla pyytää henkilökohtaisiin ongelmiinsa psykologista apua, koska he pelkäävät näiden tunteiden näyttämistä. He jotka taas poikkeavat tästä muotista, joutuvat usein kokemaan syrjintää. Näyttely puolestaan tutki eri maskuliinisuuden stereotypioita ja sen tarkoituksena oli kyseenalaistaa ja muuttaa ihmisten asenteita koskien seksismiä ja sukupuoleen kohdistuvaa syrjintää. Uusi maskuliinisuus antaa miestenkin näyttää herkäät puolensa ja toteaa, ettei kaikkien tarvitse mukautua oman sukupuolensa arkkityyppiin. (Juule Kay 2017.)

3.1.3 Sukupuolistereotypiat



Hollie McNishin kirjoittama Pink or Blue- runo on inspiroinut minua myös siihen tehdyn videon visuaalisuudella. Hollie on pystynyt kiteyttämään yhteen runoon hyvin vahvasti sen, miten sukupuolistereotypiat näyttäytyvät ja kuinka opimme niihin myös aivan huomaamatta syntymästä lähtien. Katso täällä: <https://vimeo.com/223503242>

Pink
or
Blue

Pink
or Blue

Pink
or Blue

Go!

Babygros for Blue with robots on
Babygros for Pink no robots on
Babygros for Pink with flowers on
Babygros for Blue no flowers on

Little Pink picks a daisy chain – awww, great!
Little Blue picks a daisy chain - gay
Little Blue climbs the tree – strong boy
Little Pink climbs the tree – tom boy

Pink falls down
Pink is given more hugs
Pink tears allowed
Blue tears must man up
grow some bollocks, toughen up
Don't be such a girl, Blue

Now Blue hair is kept short
Pink hair is let long
Pink is given toy dolls
Blue is given toy guns
Pink is told to be cute
Blue is told to be bigger
Pink shoes – no grip
Blue shoes – no glitter

Now Blue legs start growing hairs
and Pink legs start growing hairs
Blue told this is manly
Pink is told to shave theirs

Blue is shown as blood
in action films, fights, pride
Pink is bleeding every month
told blood shh! shame hide

Pink discovers lust – wrong
Blue discovers lust – right

Now Blue is called a player
but Pink is called a sket
Pink is told they glow
Blue is told they sweat
Blue is told they wank
Pink is told they sin
or Blue is called a pussy
Pink is called a bitch

Now Pink is told to be a lady
Do not spit - swear - smell
Blue is told to be a man
Do not cry or ask for help
Blue is told to man up
Pink is told to make up
Blue is told to stay strong
Pink is told to stay young
Blue is told to get rich
Pink is told to want kids
Blue is told they mansplain
Pink is told they gossip
Blue is told they're bosses
Pink is told they're bossy
Blue is having breakdowns
Pink is having botox

Cunnilingus is censored
more than rape scenes or blow jobs

Blue is told: this makes a man
Pink is told: this makes a girl

Babies born in naked flesh
Welcome to the World

3.1.4 Pornoistunut median kuvasto



Kulttuurissamme seksin osuus tuskin tulee koskaan loppumaan, mutta toivon kuitenkin, että jossain vaiheessa koko esineellistämisen käsite muuttaisi muotoaan tasa-arvoisempaan suuntaan. Luulen, että olemme jo niin sokeutuneita pornoistuneisiin kuvastoihin, että kiinnitämme niihin huomiota vasta silloin, kun katseen kohteeksi osoittautuu yleisesti kuvastosta poikkeava henkilö.

Valtamedian muuttumista koko ajan seksualisoidumpaan suuntaan ei turhaan olla nimetty pornoistumiseksi. Pornolla onkin historiassa suuri rooli mainoskuvien muuttumiseen. Se näyttäytyy pornografisina esityspoina myös muilla kulttuurin alueilla.

"Kyse on pornahtavan ilmaisun omaksumisesta esimerkiksi mainonnassa ja musiikkivideoissa, jota Brian McNair (2002) on kuvannut termillä porno- chic. Porno- chic tarkoittaa pornon esittämistä ei-pornografisessa yhteydessä taiteen ja kulttuurin alueilla: pornon pastissia tai parodiaa: kunnianosoitusta pornolle tai tutkimusretkeä siihen; pornon siirtymistä valtavirran kulttuurituotteisiin." (Nikunen ym. 2005, 12-13.)

90-luvulta lähtien suhtautuminen pornoon on muuttunut kokoajan hyväksytympään ja näin myös salonkikelpoisempaan suuntaan. Valtamedioissa sitä enemmänkin vaalitaan ja se näyttäytyy muun muassa kovan pornon tulona esimerkiksi televisiokanavien tarjontaan. Pornoelokuvien ja dokumenttejen lisäksi ja sitä on nähtävillä erilaisissa julkisissa tiloissa seksitapahtumien ja -esitysten markkinointikeinona. Ilmiöstä tuntuu tulevan koko ajan julkisempaa ja yleisempää. (Nikunen ym. 2005, 12.)

2000-luvun vaihteessa TV:n ohjelmistoon alkoi tulla muun muassa seksivälineope- tusta Pornostara-ohjelman tarjoamana (Moon TV 1997-2003) ja Nelonen näytti ohjelmistonsaan kovaa pornoa nimikkeellä Perjantaiseksiä kesällä 2004. Lukuisten muiden ohjelmien myötä siirtyminen nykypäivän pornoistuneeseen kuvastoon ei enää ihmetytä minua niin kovin.

Lähteessä 'Median merkitsemät' mainitaan, kuinka porno aiheena on silloin noussut myös arjen iltapäivä- ja aikakauslehtien sivuille. Useita pornotähtiä alettiin pitää julkiksina ja myös erilaiset esiintymiset pornon kontekstissa saivat suurta huomiota. Muistan itsekin tätä aikaa (8-vuotiaana) eläneenä, kuinka ihmettelin viulisti Linda Lampeniuksen esiintymistä vähissä vaatteissa iltapäivälehtien kansissa. Hän esiintyi Playboy-lehden kannessa vuonna 1997, jonka jälkeen asiaa pyöriteltiin paljon myös lehtien lööpeissä. Asiasta keskustellessani ystäväni kanssa, hän kertoi silloin hieman pettyneensä tuohon aikaan ihannoimaansa naiskuvaan. Hänen käsityksensä hienosta viulistista näin ollen muuttui myös "ei niin vakasti otettavaan" kuvaan. Pornoistuminen näkyi tuolloin myös hyvin vahvasti nuorten vapaa-ajan harrastuksiin kytkeytyvissä ilmiöissä, kuten esimerkiksi tietokonepeleissä (Lara Croft) ja musiikkivideoissa. (Laiho & Ruoho, 2005, 144.)

Teoksessa 'Jokapäiväinen pornomme' todetaan, ettei objektina oleminen ei ole sinänsä ongelma, mutta subjektuuden "anastaminen" ja pelkkään kohdeasemaan jähmettäminen on. Tarkemmin määriteltynä kysymys onkin siitä, miten objekteja ja subjekteja asetetaan ihmisiä esittävässä kuvissa ja millaisia sukupuolia niistä tuotetaan. Pornoutunutta kuvastoa vaivaa suhteessa sukupuoliin paljolti sama normin toistamisen pakko kuin mediakuvastoa ylipäättään. Tämä toistopakko tuottaa ja vahvistaa konventionaalista heteroseksuaalista järjestystä, jossa vallitsee käsitys kahden "vastakkaisen" sukupuolen ratkaisevasta, hierarkkisesta erilaisuudesta ja täydellisestä olettamuksesta toisiinsa palautumattomuudesta. Tämän normatiivisen näyttämön pääesiintyjä visuaalisessa kulttuurissa on feminiiniseksi ja heteroseksuaaliseksi koodattu nainen, jonka oletetaan esittävän toisaalta yleispätevää "miehisen halun" (ikään kuin sellainen yksikkömuotoinen halu olisi olemassa) kohdetta ja toisaalta muille naisille tarjoutuvaa samastumiskohdetta. Siis painotettiin kohdetta, ei niinkään toimijaa. (Nikunen ym. 2005, 90.)

”Jos puhutaan esimerkiksi musiikkivideoista ja niissä esiintyvistä henkilöistä, raja esineellistämisessä on erittäin hauras ja vaikea asia. Liiallinen seksikkyyys voi muuttua hetkessä mauttomaksi tai esineellistämiseksi - riippuen tietenkin kontekstista.”
(Vesa Silver 2018)

Mielestäni esineellistämisen rajalle ei ole yksiselitteistä ratkaisua. Toisaalta naisten seksuaalisuuden voimaannuttaminen on hyvä asia ja mediassa esiintyvä naiskuva saa olla seksuaalinen. Vaarana kuitenkin piilee se, millaista naiskuvaa viestitään lapsille, sillä he varttuvat näiden representaatioiden keskellä omaksuen näin normeja eri sukupuolista. Esimerkiksi Nicki Minajin kuva Paper magazinen kansikuvana (2017). Osittain ymmärrän mitä kansikuvalla on haettu ja koska Nicki on sanonut itsekin olevansa feministi ja haluaa tukea naisen seksuaalista voimaannuttamista. Kuitenkin pidän kuvaa hieman kyseenalaisena sen vuoksi, koska jälleen mietin, kuinka keinotekoista naiskuvaa tämä välittää katsojalle. Itse en koe saavani tästä voimaannuttavaa kokemusta, koska sen estetiikka on minun makuuni viety jo vähän turhankin kauas luonnollisesta seksikkyydestä. Lähtökohtaisesti tässä asetelmassa on varmasti haluttu saada huomio provosoimalla, mutta Nickin karrikoidusti liioitellun estetiikan vuoksi sanoma on mielestäni hieman ristiriidassa. Paper magazinen kohderyhmä kuitenkin sijoittuu enemmän aikuisemmalle katseelle ja se on lehtenä kuitenkin irtaannutettu varsinaisesta pornosta. Herääkin kysymys, puhdistaaako sen esityskonteksti kuvan pornoistuneen estetiikan?

Haastattelussa valokuvaaja ja ohjaaja Viivi Huuska kertoo myös pohtineensa paljon tätä asiaa. Musiikissa ja sen eri alalajeissa esineellistämisen on hyvin vahvasti läsnä. Muun muassa rap-musiikki on aina kantanut hyvinkin voimakasta misogynian viittaa, jossa naisen alistaminen näytettyä hyvin vahvana. Myös Viivi ottaa puheeksi Nicki Minajin ja Lil Kimin, joiden imago on hyvin hyperseksualisoitu. Myös he ovat myös vieneet tätä genreä paljon esineellistävään suuntaan ja viestittävät naiskuvallaan epärealistista vaikutelmaa naisellisuudesta. (Huuska, 2017)

Esityskonteksti onkin todella tärkeä seikka representaatioiden merkityksen muodostuksen kannalta. *”Katutilassa miehiksi ja naisiksi sukupuolitettut ihmiset ovat tuntemattomien katseiden, ja potentiaalisesti seksuaalisen arvioinnin ja halun kohteena. Kadun kuvat eivät tietenkään puutu ruumiilliseen integriteettiin samalla tavalla kuin muiden kadun kulkijoiden esittämät kommentit, ehdottelut tai suoranaiset fyysiset ahdistelut”* (Koskela, Tani & Tuominen 2000, Nikusen ym. 2005, 94 mukaan)

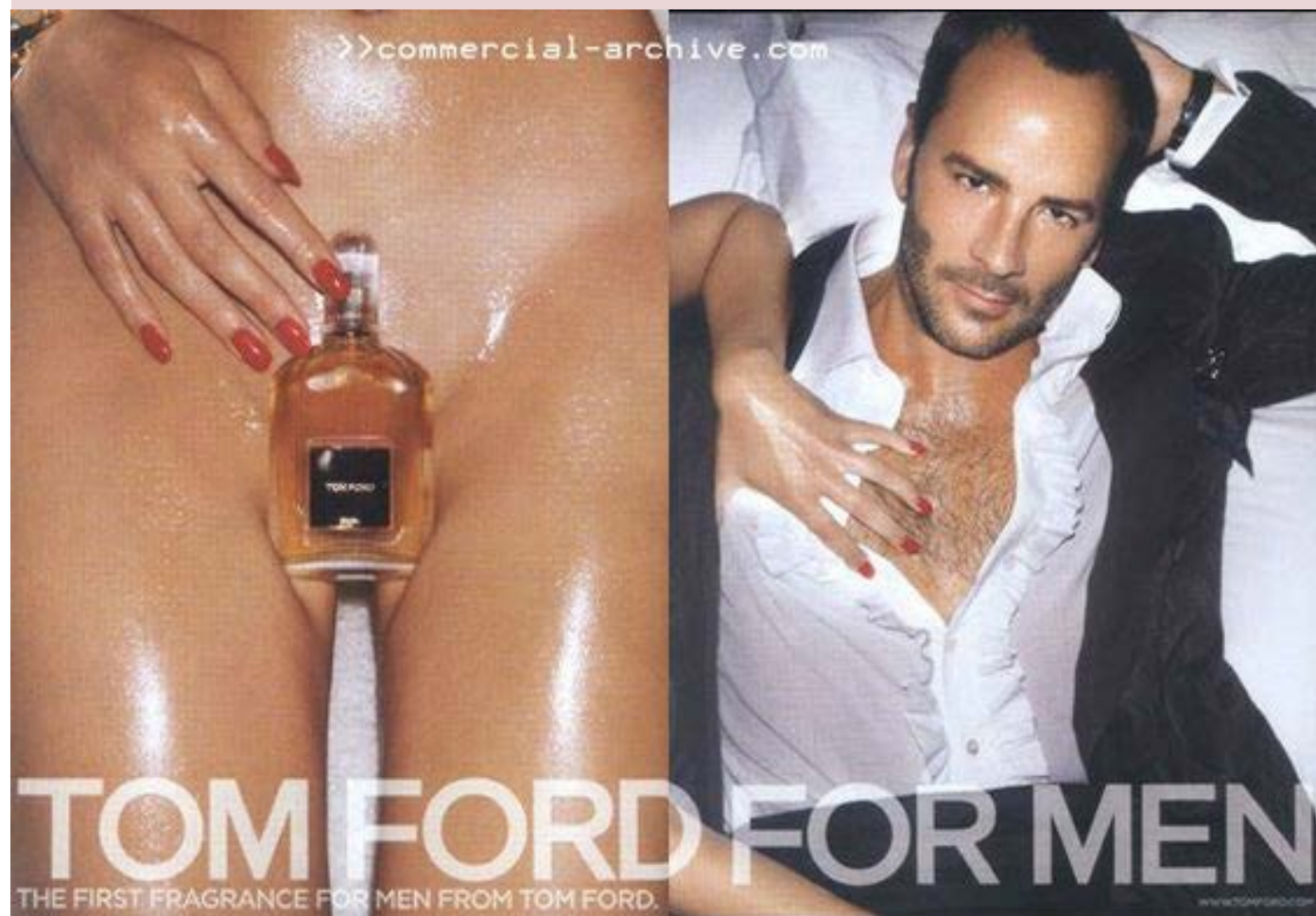
”Mainonta muodostaa myös katsomisen kontekstin: miehiä ja naisia katsotaan suhteessa mainontaan ja sen tarjoamaan diskurssiin, joka toisteisuudessaan esittäytyy tietona kauneudesta ja haluttavuudesta. Kadulla mainoskuvat, sukupuolta ja seksuaalisuutta koskevan tiedonlähteet, ihanteita koskevan tieto-vallan visuaaliset paikat, tarjoavat välittömän vertailupinnan suhteessa kadulla liikkujien ruumiiden ääriviivoihin ja pintoihin.” (Nikunen ym. 2005, 95.)





"I've been criticised for objectifying women," he recently told the Guardian, "But... I'm just as happy to objectify men." "The thing is, you can't show male nudity in our culture in the way you can show female nudity. We're very comfortable as a culture exploiting women, but not men"

– Tom Ford



3.1.5 Mainosten sensuroiminen

Advertising Standards Agency (ASA) on toimisto joka arvioi UK:n mainosten laatua ja voi määrätä mainoksia kokonaan myös käyttökieltoon. Dazeddigital.com käsitteli kiellettyjä mainoksia ja myös hieman kyseenalaisti toimiston periaatteita, millä perusteella yhtiö säännöstelee mitkä mainokset voidaan sallia ja mitkä taas ei.

Hiljattain ASA päätti, että Steven Meiselin kuvaama Miu Miu -kampanjan kuva oli vastuuton ja todennäköisesti voitaisiin tulkita myös vakavaksi rikokseksi. Vaikka 22-vuotiaan Nymphomaniac-näyttelijän (Mia Goth) kuva saattaa joidenkin silmiin vaikuttaa harmittomalta, se oli aiheuttanut useita valituksia, joissa muun muassa Vogue- lukija valitti sen viittaavan lapsen seksuaaliseen hyväksikäyttöön. Kuvasta saa vaikutelman, jossa nuorekkaan ulkonäkönsä vuoksi, lapsi on pukeutunut aikuisten vaatteisiin ja esiintyy seksuaalisesti vihjaavassa asennossa.

Kun taas vertaa kyseistä kiellettyä mainosta Tom Fordin (2007) tuoksumainokseen, saattaakin herätä kyseenalaistavia ajatuksia koskien ASA:n periaatteita. Kuvassa mallin iho on öljytty ja hänen jalkansa on levällään kohti kameraa ja hajuvesipullo on strategisesti sijoitettu peittämään hänen sukupuolielimensä. Toisessa mainoksessa pullo on asetettu rintojen väliin ja hyvin seksuaalisesta tunnelmasta on vaikeaa olla muodostamatta toisenlaista käsitystä. Mainoksen "seksi myy" -viesti on erittäin selkeä ja se asettaa

naisen hyvin objektisoituun asemaan, jonka katsojaksi on määräytynyt mies. Luulisi, että mainos olisi ollut todella helppo kohde heti kiellettäväksi, mutta näin ei kuitenkaan ollut. Vuoden 2007 päätöksessä todettiin, että kuvat eivät todennäköisesti aiheuta vakavaa tai laajalle levinnyttä rikkomusta sellaisten aikakauslehtien lukijoille, joissa mainos ilmestyi (GQ ja Wallpaper). Myöhemmin mainos kuitenkin kiellettiin useissa muissa valtioissa. ASA on kuitenkin viime helmikuussa käyttänyt saman kaltaista perustelua Black Orchid -tuoksun mainoskuviin, joka sai myös valituksia aikaan. Siinä malli Cara Delevingne on kuvattu alastomana vedessä orkideakukkien kanssa. Käsittääkseni suurimpana ongelmana tässä oli se, että kyseinen mainos oli asetettu valtavalle taululle keskelle vilkasta Brick Lane -katua, jossa tulee taas esiin kontekstin merkitys. Mainosta ei kuitenkaan kielletty, sillä hänen kasvojensa ilme ei ollut seksuaalisesti vihjaavana millään tavalla ja kuvat olivat heidän mielestään luonteeltaan klassisia taidekuvia. Tämä perustelu riitti ASA:lle, joka taas päätti tilanteen brändin hyväksi. (Hope Allwood 2015)

3.1.6 Feministisesti mielekäs- tä "seksikästä mainontaa"?

Kulttuuriamme tarkastellessa herääkin kysymys, kuinka pääsisimme lähemmäs tasa-arvoa median kuvastossa? Miten luoda mediaseksikästä mainontaa niin, ettei kuvissa valta-asemaa käytettäisi väärin, mutta kuitenkin siten, että naiskuva voisi esiintyä vahvana ja seksuaalisena henkilönä, joka myös otettaisiin vakavasti? Ja miten erilaisiin esityskonteksteihin sopivaa materiaalia voisi säännöstellä? Seksuaalisia kuvastoja ei tietenkään voida julistaa täyskieltoon, enkä sitä edes haluaisi puoltaakaan, koska sillä on myös naisen seksuaalisuutta voimaannuttavaa vaikutusta. Kuvastoista voisi mielestäni kuitenkin karsia paljonkin stereotypioita esiintuvaa ja epätasa-arvoa kannattavaa materiaalia.

Ranskassa on hiljattain tehty lakimuutoksia, joista yhtenä käsiteltiin mainonnassa esiintyvää kuvanmuokkausta. Photoshopia ei enää tulevaisuudessa saa käyttää kehon osien pienentämiseen tai suurentamiseen. Mikäli näin tehdään, silloin täytyy ilmoittaa asiasta kuvatekstillä. Tätä noudattamatta jätäneet voidaan rangaista sakoin. (Helsingin Sanomat, 2017) Mielestäni saman tyyppistä säännöstelyä voisi aivan hyvin hyödyntää myös Suomessa. Myös kuvamateriaalia voitaisiin suodattaa poistamalla kuvastoista seksistiset ja sukupuolistereotypioita korostavat mainokset ja miettiä muun muassa mallien ikää suhteessa kuvien luonteeseen.

"Tilanne on kuitenkin taas 1990-luvulta lähtien muuttunut, eikä esimerkiksi naisten seksuaalisuuden esityksissä välttämättä käytetä enää yhtä paljon objektivointistrategiaa kuin ennen. Nykyisin naiset voivat olla mediassa aktiivisia toimijoita. Lisäksi heteroseksuaalisten miesten eksplisiittinen ja jopa objektisoiva esittäminen on lisääntynyt, ja "rodun" tai etnisyyden ja luokan rajojen on nähty osin murtuvan. Varsinkin musiikkivideobisneksessä ei-valkoisten etnisyyksien näkyvyys ja niiden näkyvä yhdistäminen seksuaalisuuteen on sijainnut kulttuurisesti sallitun rajoissa jo pitkään - joskin esimerkiksi mustien nais- ja miesruumiiden näytösluontoinen esillepano on ollut seksuaalisuuden representaatioiden historiassa aivan oma lukunsa muutoinkin. (Karkulehto 2011, 121.)

Tämä ei kuitenkaan ole vielä mielestäni täysin yksiselitteistä, koska selkeästi ihmisten asenteissa ja mielipiteissä on vielä korjattavaa. Lisäksi Karkulehto kuitenkin toteaa myöhemmässä kappaleessaan seuraavaa. *"Helsingin Sanomien homo-, ja lesbo- ja biseksuaalisuuskirjoittelua tutkinut Tuula Juvonne on esittänyt, että nykykulttuurissa queer-representaatiot ovat soveliaita silloin, kun kyse on esimerkiksi taiteen tai kulttuurin fiktiivisistä, voyeuristisen katseen kohteiksi asetetuista mediarepresentaatioista, muihin maihin tai menneisyyteen etäännytetystä henkilöistä, eksotisoinnista tai queeriuuden käsittelystä hyvin yleisellä, yksityisyyttä välttelevällä tasolla."* (Karkulehto 2011, 188.)

Feminismi aatteena on tällä hetkellä hyvin pinnalla ja trendikäs. Myös tässäkin aiheessa on vaarana se, että aatetta käytetään hyödyksi markkinointikeinona ja ilmiöstä tulee (tai on jo tullut) vahvasti samankaltainen kuin viherpesusta. Mitä vain voidaan myydä feministisenä, kun se juuri puetaan oikeiksi sanoiksi. Haastattelusta Viivi Huuskan kanssa aihe tulee monta kertaa esille. Keskustelemme myös Playboyn muutoksesta "feministiseksi pornolehdeksi" ja Viivi toteaa, ettei hän ihan osta tätä väitettä. Hänen mielestään mieskin voi olla feministi ja ajaa tasa-arvoisia asioita, mutta Hugh Hefnerin tapa toteuttaa asioita ei kuitenkaan ole aina ollut feministisesti ajatellen parhaita mahdollisia. Hän teki 60-luvulla paljon asioita, jotka ajoivat naisten seksuaalisen hyvinvoinnin ja esimerkiksi aborttiin liittyviä asioita. Naisten oikeus päättää omasta kehostaan ja muut feministiset arvot olivat hänelle hyvin tärkeitä, mutta hänen elintavoissaan olisi silti ollut pettävää. (Huuska, 2017)

Playboy on viimeaikoina ollut myös paljon lehdissä ensimmäisen transsukupuolisen mallin ansiosta. Onhan tämä tietysti suuri edistysaskel ja mahtavaa, että asiassa mennään eteenpäin. Selaillessani kuitenkin mallikatalogia yrityksen sivuilla, huomaan mallien asettuvan aika lailla samankaltaiseen muottiin kehonrakenteeltaan ja olemukseltaan. "Feministisiä mainoskuvia" onkin hyvä seurata hieman kriittisesti arvioiden, sillä jos aatetta käytetäänkin hyödyksi vain markkinointimiesten myyntikikkana, se antaa hyvin virheellistä kuvaa yleensäkin aatteesta itseltään.



**FROM NOW, GENDER
EQUALITY**

3.2.1 Uusi seksikkyys

"HOW DO NIPPLE PASTIES AND THIGH-HIGH BOOTS - WITH ALL THEIR ASSOCIATIONS OF PORN AND STRIPPER-WEAR - FIT WITH FASHION'S NEWFOUND FEMINIST CONSCIOUSNESS?"
(*Elle magazine, Cartner-Morley 2017*)

Antonio Berardi (2017) toteaa, että seksikkyys ja pukeutuminen kulkevat pohjimmiltaan käsi kädessä. Jokainen ihminen pukeutuu tehdäkseen vaikutuksen, oliko kohderyhmä sitten toista sukupuolta, samaa sukupuolta tai molempia. Seksi myy ja sen näkee myös muoti-mainonnan pitkästä historiasta.

Voi olettaa, että muoti yksinkertaisesti heijastaa kulttuuria, joka on seksuaalisempaa kuin koskaan - mutta Agent Provocateurin luova johtaja Sarah Shotton (2017) uskoo, että asia on päinvastoin. "Ongelmana on, että ihmisillä on yksinkertaisesti liian vähän seksiä, eikä liikaa. Muodilla on nyt jonkinlainen pakkomielle tästä fantasiasta, koska tosielämässä meillä ei ole enää aikaa seksille. Illalla saapuessamme kotiin katselemme vain puhelimiämme koko illan. Muoti ilmaisee fantasioitamme, aivan kuin muu elämämme." (Cartner-Morley 2017)

Seksikkyys on monen asian summa. Se riippuu nykyään yhtä paljon siitä, mitä et paljasta kuin siitä, mitä olet itse. Itsevarmuus on seksikästä ja se, että vaatteista lähtevä hyvä olo heijastuu myös muiden nähtäville. Kyse ei ole enää rintamuksen paljastavuudesta tai ihonmyötäisestä mekosta. Uusi seksikkyys voi näkyä esimerkiksi kauniissa printissä tai ihan yksinkertaisessa puuvillassa. Jopa kaikkein konservatiivisimmillaan on mahdollista olla seksikäs.

"A button is there to be un-buttoned, a zip to be un-zipped and an imagination to run rife with possibilities." -Antonio Berardi. (Cartner-Morley 2017)

Tämän hetkistä muotia tarkastellessa voi huomata, että moderni seksikkyys näkyy hyvin monessa muodossa. Myös muoti on tuonut naisten seksuaalisuuden voimaannuttamisen takaisin valokeilaan. Jess Morrisin (Rockinsin suunnittelija) mukaan muoti auttaa tunnistamaan kaikki uudet kulttuurin vaiheet ja se voi heijastaa sortoa niin poliittisesti kuin myös seksuaalisesti. Nuoret ilmaisevat vapaammin tasa-arvoaan yhdistelemällä vaatteita myös vastakkaisen sukupuolen kaapilta. Pukeutuminen on tietyllä tapaa myös itsensä ilmaisua ja kuulluksi tulemistä. (Cartner-Morley 2017)

Jess Morrisin teoria heijastuu mielestäni hyvin myös Adidaksen viimeaikaiseen kampanjaan. Arvida Byström kuvasi Adidas Originals -kampanjan, jonka mainoskuviissa hän oli itse myös mallina. Kuviissa näyttäytyvät myös hänen pitkäksi kasvatetut säärakarvansa. Mielestäni on mahtavaa, että myös Adidas on lähtenyt myös mukaan feministiseen vartalopositiiviseen linjaan. Kuvien viestinä välittyy selkeästi se, että jokaisella on yksinoikeus päättää omasta kehostaan ja kantaa sitä ylpeänä. Näistä kuvista johtuen, Arvida kuitenkin alkoi saada Instagramin kautta järkyttäviä tappo- ja raiskausuhkauksia, sillä ilmeisesti kaikki eivät kuitenkaan vielä olleet valmiita näkemään naisen karvotusta kansainvälisessä mainonnassa. (Brinkhurst-Cuff 2017)



Adidas Originals mainoskampanjan video:
https://www.youtube.com/watch?time_continue=3&v=elDe_kHYTb8

3.2.2. Paljastavuus vaatteessa

Lontoossa Barbicanin taidekeskuksessa (2017) järjestettiin The Vulgar: Fashion Refined-niminen näyttely. Siinä tutkittiin mitä mauttomuus tarkoittaa ja miten tämä käsite on muuttunut ajan saatossa. Esillä on muun muassa Pam Hoggin, Vivienne Westwoodin ja Manolo Blahnikin tuotteita. ”Sana ”mauton” tulee usein esiin silloin, kun joku ei tiedä mitä kehon alueita näyttää ja mitä taas kätkeä katseelta. Kyse on kuitenkin siitä, mikä sopii kenellekin ja mihin tilanteeseen. Seksikäs on tavallisesti kuvaus jostain, joka antaa viettelevän viestin eksplisiittisesti, kun taas mauton ehkä liittyy siihen, ettei tiedä, missä nämä rajat ovat. Muodissa nämä rajat saattavat olla hyvinkin vaihtuvia ja häilyviä.” Kuvaailee Judith Clark. (Cartner-Morley 2017)

Kuten totesin jo aikaisemmin, seksikkyyden on subjektiivinen käsite, mutta keskustellessani aiheesta Viivin ja Vesan kanssa huomaan muutamia yhtäläisyyksiä. Monien mielestä seksikäs on se, ettei paljastakaan liikaa. Jos jokin ihoalue jätetään paljaaksi, niin silloin usein halutaan vastapainona myöskin peittää joitakin kriittisiä ihoalueita. Puolipukeissa oleminen sopii varmasti tietynlaisiin tilanteisiin, mutta arkipukeutumisessa Viivi kokee, että vaatteiden isot muodot voivat olla todella seksikkaita. Jos paljastaa liikaa, niin silloin asiayhteydestä katoaa tietynlainen salaperäisyys. Erään miespuolisen kuvataiteilijan kanssa keskustellessani nousee taas esille materiaalien tärkeys ja niiden yhdisteleminen. ”Sanoisin, että seksikäs on nahan ja villan yhtälö. Kiiltävää ja matta. Läpikuultavuuden ja täysin peittävän materiaalin yhdistäminen. Kovaa ja pehmeää, eikä mitään siitä jostain väliltä.”

”Artisteja stailattaessa taas joutuu miettimään paljonkin sitä, mitä ihoalueita on kulloinkin soveliaista näyttää. Jotkut asiakkaat ovat rennompia asian kanssa, mutta toiset eivät halua alleviivata seksikkyyttä itsessään. Artistien kanssa on tärkeää miettiä minkälainen ja minkä ikäinen fanikunta on. Seksikkyyden voi tulla ilmi myös vaikka vaate peittäisi kokonaan, eikä näyttäisi ihoa. Kaikilla ihmisillä kuten myös artisteilla ja julkisuuden henkilöillä on tiettyjä osa-alueita varalossaan, mistä he ovat epävarmoja. Stylistin ammattitaitoon kuuluukin kunnioittaa niitä ja näyttää asiakas parhaimmassa valossa. Liiallinen paljastelu ja yliseksikkyyden korostaminen on mautonta. Jos valitsee paljastavan vaateen, pitää asukokonaisuudessa olla jotain kontrastia - joko vaatteessa, asusteissa, meikissä tai hiuksissa. Yrittämällä olla seksikäs seksikkäällä asussa on myös huono yhdistelmä.”
- Vesa Silver 2018



3.2.3. "Mitäs pukeuduit provosoivasti?"

Seksuaalinen häirintä nousi kuumaksi puheenaiheeksi viime syksynä aivan maailmanlaajuisesti. Näyttelijä Alyssa Milano loi hashtagin #metoo Twitteriin vastauksena elokuvatuottaja Harvey Weinsteinin saamiin lukuisiin syytöksiin seksuaalisesta ahdistelusta. (Hanhinen 2017.)

"Mitäs pukeuduit provosoivasti" on usein kuultu argumentti, kun naiset kertovat seksuaalisesta ahdistelusta tai jopa raiskauksista. Se on nostettu tasaisesti esille myös #metoo-liikeshinnässä. - EU-kansalaisista joka kymmenes on sitä mieltä, että yhdyntä ilman toisen osapuolen suostumusta voi olla oikeutettu, jos toinen on pukeutunut paljastavasti, provosoivasti tai seksikkäästi. Suomalaisista miehistä näin ajattelee 4 prosenttia, naisista 3 prosenttia. Romanialaisista näin ajattelee 25 prosenttia. Luvut selviävät toissavuotisesta Eurobarometrasta. (Ala-Risku 2018)

Lukiessani kyseisen artikkelin Helsingin Sanomista olin suorastaan järkyttynyt noin alkukantaisesta ajattelumallista. Eihän näillä kahdella asialla tulisi olla mitään tekemistä keskenään. Yleisesti minua kiinnosti myös miten suomalaiset kuluttajat kokevat itse paljastavan pukeutumisen, joten päätin tutkia Isla Vainion opinnäytetyössä (Alaston) tehdyn tutkimuksen tuloksia, jossa hän otti asiasta selvää. Tutkimuksessa selvisi kuinka suomalaiset tulkitsevat naisen eri vartalonalueiden paljastamisen yleisellä paikalla. Kyselyn aikana vastaajat myönsivät ajattelunsa pohjautuvan suomalaisen kulttuurin rajoihin ja tietynlaiseen sosiaaliseen normiin, mutta näkivät tulevaisuudessa mahdollisuuden näiden normien hälvenemiseen.

Kyselyyn oli vastannut kuitenkin vain 150 henkilöä, joten se ei valitettavasti ollut tavoittanut kovin suurta ihmisjoukkoa. Erityisesti minua kiinnosti tässä se, miten nuoret ja aikuiset olivat vastanneet, koska uskoisin vanhemman väestön kuitenkin olevan jonkin verran konservatiivisempia. Vastaajista suurin osa olikin keski-ikältään noin 28-vuotiaita, naisiksi itsensä tuntevia henkilöitä.

"Nännipihan paljastavan vaateen koettiin olevan mauton ja halpa, mutta lieventävänä tekijänä mainittiin useasti läpikuultava kangas; vaate olisi epäsopeva vain, jos se olisi kankaaton nännipihan alueella. Vastaajat myös osoittivat tuntevansa sosiaalisen normin rajan kulkevan nännipihassa. Kokonaan rinnan tai rinnat paljastava paita sai samat reaktiot, mutta sitä verrattiin jopa miehen peniksen julkiseen paljastamiseen."

Muutamia mielenkiintoisia seikkoja kyselystä kuitenkin nousi esille. Miehet kokivat kaikki asut sopivampina kuin naiset. Eroja vastauksissa löytyi myös sinkkujen ja parisuhteessa olevien kesken, mutta kaikista konservatiivisempia olivat jostain syystä juuri parisuhteen aloittaneet henkilöt. Ristiriitaisimpana kyselystä tulee kuitenkin esille se, että täysin yläosattomana oleilu julkisella paikalla koettiin hyväksyttävämpänä kuin läpikuultavassa (rinnat paljastavassa) puserossa esiintyminen. Alaosa ei vastanneiden mukaan saanut olla läpikuultavasta materiaalista valmistettu, sillä tämä koettiin yleisesti hyvin muita loukkaavaksi ja mauttomaksi. Genitaalialue oli vastaajien mielestä ehdottomasti vain kumppanin katseen alaisuuteen tarkoitettu. (Vainio 2016, 49.)

3.3.1. Artistin imagon rakentuminen pukeutumisen keinoin

Valitsin kohderyhmäkseni artistit, joten halusin tutustua siihen miten poptähdelle luodaan imago vaatetuksen keinoin ja miten suurena osana sitä näyttäytyy seksikkyyys. Tämän vuoksi koin luonnollisena vaihtoehtona haastatella henkilöä, joka stailaa artisteja.

Otin yhteyttä Vesa Silveriin, joka työskentelee muun muassa laulaja Antti Tuiskun stailaajana. Aloittaessaan Peto On Irti-videon jälkeen, hän halusi muuttaa Antin tyyliä enemmän kansainväliseen ja miehekkääseen suuntaan. Asut voivat toki olla seksikkäitä, mutta hänen mielestään seksikkyyys ja tyylikkyys lähtee sisältä. Sillä on suuri merkitys, miten henkilö kantaa vaatteiden. Itsevarmuus lähtee sisältä ja hän uskoo, että Antin tyyli muutos ja siitä saatu palaute nosti Antin itsevarmuutta, jolloin miehekkyyys ja seksikkyyys nousivat myös pinnalle.

Tärkeintä stailaamisessa on tyylillisesti täydentää tai parantaa persoonaa itse sekä antaa hänen musiikilleen myös visuaalinen ilme. Tässä täytyy ottaa huomioon, mikä sopii tai ei sovi hänelle ja miten artisti erottuu toisista artisteista. On oltava perillä mikä on trendikästä sekä mikä tulevaisuudessa olisi ”in”. Koko paketti pitää olla kunnossa ja siitä muodostunut kokonaisuus on tärkeintä poptähteä stailattaessa.

Mietin kuinka sukupuolittunutta mahatta olla artistien pukeutuminen tänä päivänä ja Vesan mukaan naispuoliset artistit lainaavat helpommin miesten vaatekaapista, kuin toisinpäin. Se on hänen mielestään hyvinkin trendikästä tällä hetkellä. Tarkemmin ajateltuaan hän muistaa Antille stailaaman (Katri Niskasen suunnitteleman) miehekkään haala-

rin, jonka materiaalina on käytetty feminiinistä paljettikangasta. Jotkut materiaalit ovat hänen mielestään enemmän feminiinisiä kuin maskuliinisia, mutta hän kokee sopivaksi yhdistellä niitä esimerkiksi vaatteiden muotokielen kautta. Antille hän voisi esimerkiksi yhdistää pitsipaidan mustan puvun kanssa.

Miesten vaatemarkkinat ovat pienemmät kuin naisten ja stailistin työ on myös näin hiukan vaativampaa. Miesten stailaamisessa tärkeintä on, että vaatteet istuvat kunnolla. Istuva puku on seksikäs - kun mies osaa vielä kantaa sen. Yleisesti seksikkäitä elementtejä ovat läpikuultavuus, istuvuus, korkeat korot, pitkät saappaat ja vaatteiden kantavan henkilön itsevarmuus. Seksikkäitä materiaaleja ovat pitsi, nahka, silkki, kiiltonahka ja vinyyli. (Vesa Silver 2018)

Yhteenvetona haastattelusta voisin todeta, että mitään yksiselitteistä seksikkyyden käsitystä ei ole. Kaikki on lähtöisin henkilön persoonasta itsestään. Kuitenkin minua hieman askarrutti se, ettei stailauksessa seksikkyyttä lähtökohtaisesti olla haettu. Kun itse katselen hänen stailaamiaan Anatude-albumin kuvia, kuvailisin yhtenä adjektiivina ehdottomasti seksikkyyttä. Vaatteissa on elementtejä, jotka varmasti puolin ja toisin persoonan kanssa tukevat tätä käsitystä ja lopputulos on kuitenkin erittäin hyvällä maulla toteutettu. Uskaltaisin siis sanoa, että varmasti useampi artisti haluaa julkisuudessa näyttäytyä seksikkäänä henkilönä, sillä he haluavat olla juurikin trendikkäitä ja mielenkiintoisia persoonia.



3.3.2. Pukeutumiskuva



Googlattuani artistien stailaamista, kohtasin usein sanan 'pukeutumiskuva', joka Uotilan (1994) mukaan merkitsee artistin ulkoista ja sisäistä merkityskokonaisuutta, joka välittyy katsojalle tuottaen kommunikaatiota kulttuurissa. Vaatetuksen avulla voidaan tuoda esille muun muassa kulttuurissa tapahtuvia muutoksia ja se on rinnastettu myös vertailukelpoisena ilmaisuna puhutun kielen kanssa. Vaatteiden tuoma viesti on hyvin tärkeä ilmaisumuoto esimerkiksi kuvissa, joista puuttuu kuvatestit.

"Pukeutuminen ilman pukeutumiskuvan syntymistä on mahdotonta, sillä länsimaisesta perspektiivistä alastomuuskin merkityksellistyy. Pukeutumiskuvan syntymisen tutkittavasta promootiokuvasta on väistämätöntä. - Henkilöhahmot ja heidän vaatetuksensa ovat kuvan tärkein elementti ja ne myös sisältävät kuvan kannalta tärkeimmät viestit." (Niemi 2006, 24-25)

Kuvat, joissa vaatteet ovat näkyvissä ovat tietenkin tämän mukaan informatiivisempia, kuin kuvat joissa on nähtävillä vain henkilöiden kasvot. Kuitenkin tälläkin rajauksella on nähtävissä useita eri elementtejä, jotka ovat tulkittavissa esimerkiksi kasvojen ulkoisten merkien ja hiustyylin perusteella. Luulen, että näin myös kasvojen ilmeet ja kehonkieli vaikuttavat asiaan.

Uotila tarkentaa, että *pukeutumiskuvan merkityksen muodostumisessa toimivina subjekteina ovat kuvantekijä ja kokija. He edustavat näkökulmia, joista käsin pukeutumiskuvaa voidaan tarkastella. Kuvantekijä haluaa saada viestinsä esiin pukeutumiskuvan rakenteessa, kokijan intentio on ymmärtää teoksen viesti. Tekijä ja kokija eivät välttämättä ymmärrä teoksen merkityksellistäviä yksiköitä yhdenmukaisesti.* (Niemi 2006, 24-25.)

Olen miettinyt paljon artistien pukeutumista ja olen huomannut, että myös live-esiintymisissä vaateiden merkitys on eri kuin esimerkiksi promootiokuvissa tai musiikkivideolla. Koen, että paljastava pukeutuminen on hyväksytympää kameran linssin läpi, kuin vaikka lavalla. Tähän luultavasti vaikuttaa se, että artisti voidaan esittää eri kontekstissa käyttäen apuna muun muassa taiteellisia kuvan esittämiskeinoja, kun taas live-esiintymisissä kontekstin merkitys on mielestäni jollain tapaa henkilökohtaisempi. Myös erilaisissa lavaesiintymisissä voi olla vaihteluita. Pienemmillä keikoilla esiintyminen on paljon intiimimpää kuin taas tuhatpäiselle yleisölle esiintyessä.

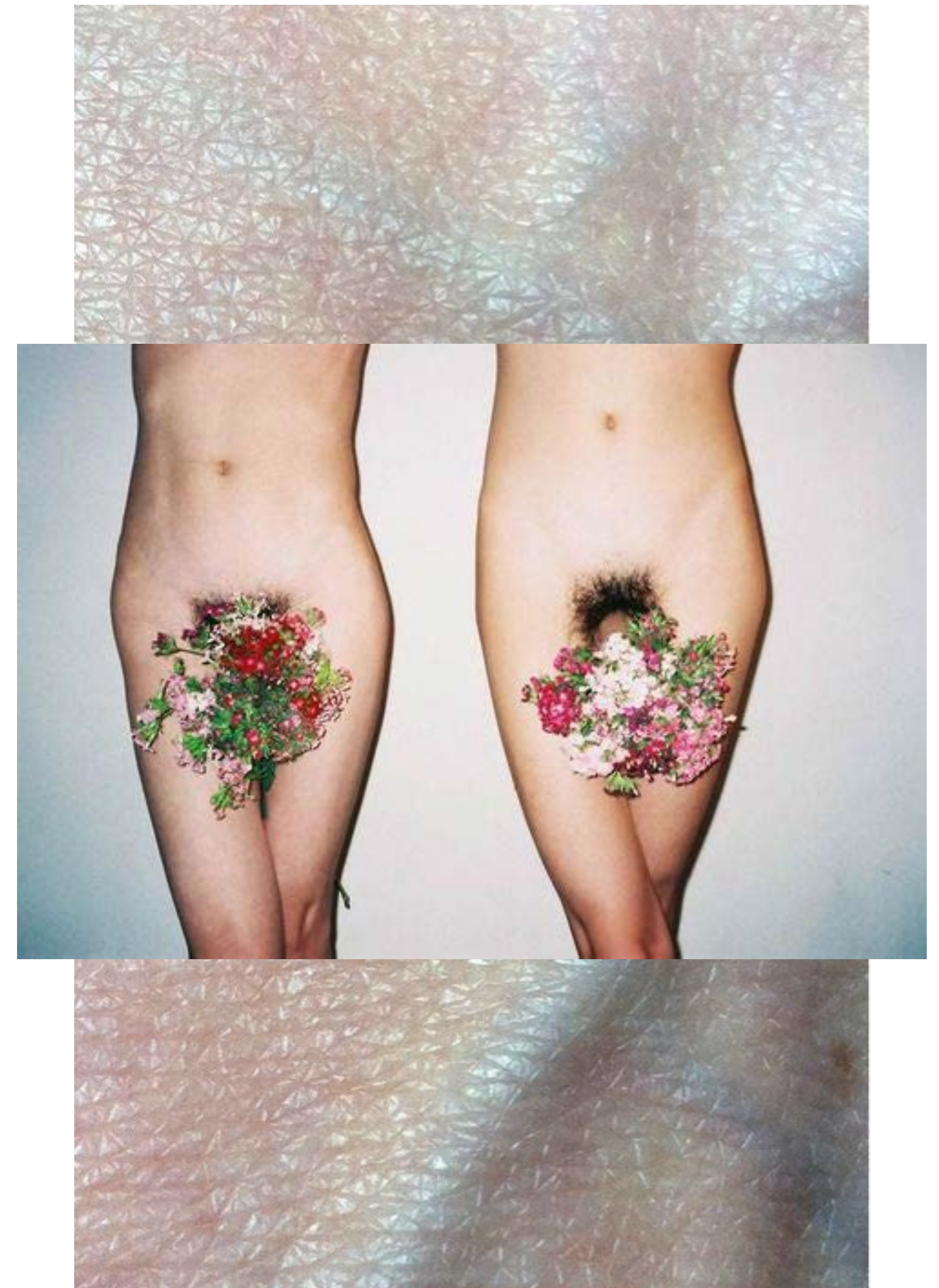
Pukeutumiskuvan merkitys mahdollistaa myös kantaaottavuuden pukeutumisen keinoin. Artistit voivat välittää viestejä aatemaailmastaan ja toimia näin myös edelläkävijänä. Näin ollen rajaamani kohderyhmä toimii luonnollisena vaihtoehtona kantaa ottavassa mallistossa.

3.4. Johtopäätökset

Tekemäni tutkimus saa minut myös ajattelemaan oman mallistoni kuvausta. Mitä haluan tuoda kuvien välityksellä esille? Suunnittelemani vaatteet ovat itsessään jo aika rohkeita, joten haluan, että kuvat eivät itsessään olisi kovinkaan provokatiivisia. Mallit ovat usein kovinkin nuoria ja myös tämä vaikuttaa kontekstin kanssa lopputulokseen. Mallivalinnalla pyrin tuomaan kuvastoon hieman erilaisuutta ja haluankin tuoda esille enemmän henkilön herkkyyttä vastapainona fetisismistä saatuihin vaatteiden muotokieleeseen. Kantaaottavuutta voi tietysti tuoda esille muullakin tavoin kuvauksissa, mutta jollain tapaa koen, että vaatteet puhuvat puolestaan ja liika on kuitenkin liikaa. Aiheena esineellistäminen on hyvin vaikea ja mietinkin, että kantaa ottavassa mallistossa se joko täytyisi viedä reilusti joko rajan yli kohauttaakseen katsojaa, tai sitten juuri tuoda sitä esille enemmän herkkyyden kautta. Valitsin jälkimmäisen vaihtoehdon, sillä koen sen itselleni luonnollisemmaksi vaihtoehdoksi tässä tapauksessa.

Kirjallinen osuus tulee heijastumaan mallisto-osuuteen vahvasti kantaaottavuuden keinoin. Tämä mielestäni saa näytettyä myös aika rohkeinakin valintoina, sillä kuitenkin tavoitteenani on herättää keskustelua aiheeseen liittyen.

Aiheena esineellistäminen on hyvin vaikea ja ikävä asia, mutta haluaisin leikkisän persoonani avulla tuoda mallistoon kuitenkin jotain söpöä ja yllätyksellistä. Kirjallisessa osuudessa käsittelemäni aiheet tulevat mallistossa esille yhdistelemällä herkkyyttä ja jopa "härskiä" estetiikkaa. Mielestäni näiden asioiden kontrastisuus tuo mallistoon lisää mielenkiintoista kulmaa. Lopputuloksen haluan kuitenkin tehdä hyvällä maulla toteutettuna ja harkiten.





4.0

PROSESSI

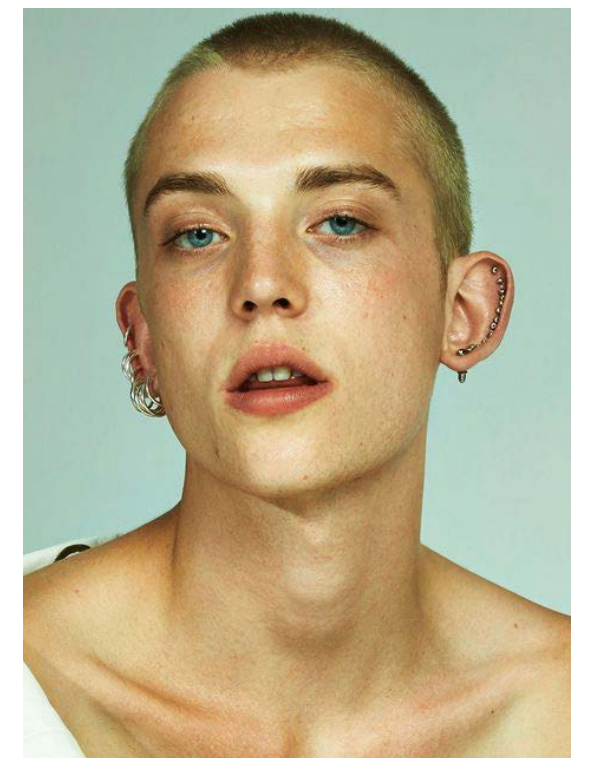
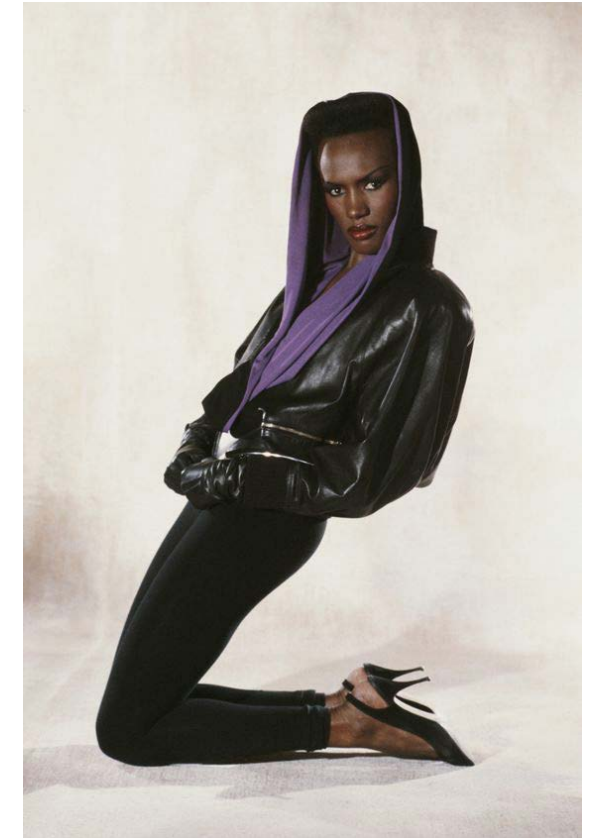
4.1. Taustoitus ja kohderyhmä

Mielestäni muodin kategorisoiminen kahteen sukupuoleen on hieman vanhanaikaista, joten halusin poiketa tästä tekemällä sukupuolettoman vaatemalliston. Kokonaisuudesta löytyy sekä feminiinisiä että maskuliinisia vaatekappaleita, joissa hyödynnän tutkimuksessa ilmi tullutta seksikkyyden käsitystä kaikille sukupuolille sopivaksi. Haasteenani suunnittelussa nään kuitenkin sen, että lopputuloksen tulisi olla sellainen, että se soveltuisi sekä maskuliinisen, että feminiinisen vartalon kantajalle. Tämä täytyy ottaa huomioon erityisesti vartaloiden mittasuhteiden erojen ja näin ollen myös tuotteiden säädeltävyyden kannalta.

Kirjallisessa osuudessa kritisoin esineellistämistä mediassa, joten koen luonnolliseksi tarjota tälle ilmiölle vastineeksi tasa-arvoisemman vaihtoehdon. Tämän vuoksi en halunnut rajata kohderyhmääni myöskään iän tai muiden demografisten muuttujien mukaan.

Unisex- ja ungendered-mallistoissa käytetään usein pohjana miesten vaatteiden kaavoja ja näin ollen naisten pukeutuminen maskuliinisiin vaatteisiin koetaan yhä jollain tapaa hyväksyttävämpänä, kuin taas toisinpäin. Haluankin siis kannustaa myös miehiä oman feminiinisen ja herkän puolensa korostamisessa. Suurimman osan tuotteista olen kaavoittanut naisten kaavojen pohjalta, mutta ne on kuitenkin tyylitelty sopimaan niin mies- kuin naisvartalollekin. Malliston rakenne on mix & match-tyyppinen, siitä jokainen voi valita itselleen sopivan kokonaisuuden yhdistelemällä kappaleita oman makunsa mukaisesti. Tuotteitani voisi käyttää esim. esiintymisasuna musiikkivideoissa, sukupuolesta riippumatta.

Visuaalisena inspiraationa olen käyttänyt vaikutteita fetisismistä, sillä ne kuvastavat mielestäni hyvin myös esineellistämisessä käytettyjä valtarakenteita. Malliston kantaaottavuus tulee ilmi muotokieltä ja materiaalimuok-kausta apuna käyttäen.





4.2 Moodboard



4.3. Materiaalit

Mallisto tulkitsee vuoropuhelua herkkyyden ja "ronskiuden" välillä, joka välittyy muun muassa materiaalivalinnoilla. Haluan tehdä rohkeita, mutta myöskin leikkisiä valintoja yhdistelemällä erilaisia materiaaleja toisiinsa. Kontrastisuutta saan mallistoon yhdistelemällä kiiltävää ja mattaa sekä peittävää ja läpikuultavaa.

Myös haastatteluissa käy ilmi, että Viivi ja Vesa pitivät seksikkäinä materiaaleina silkkiä, samettia, nahkaa ja vinyyliä. Kaikki valitsemani materiaalit osoittautuivatkin lopulta suhteellisen arvokkaiksi ja mieleeni heräsi, rinnastetaanko tämä osittain sen vuoksi myös seksikyyteen? Korkealaatuiset materiaalit yleensä tarvitsevat myös hellävaraisempaa ja arvokkaampaa kohtelua, joten ehkä tämä voisi viitata myös siihen, että henkilö tykkää pitää itsestään huolta ja hemmotella itseään. Myös materiaalien miellyttävä tuntu ihoa vasten voi vaikuttaa siihen, että henkilö kokee itse olevansa itsevarmempi ja näin ollen myös seksikäs.

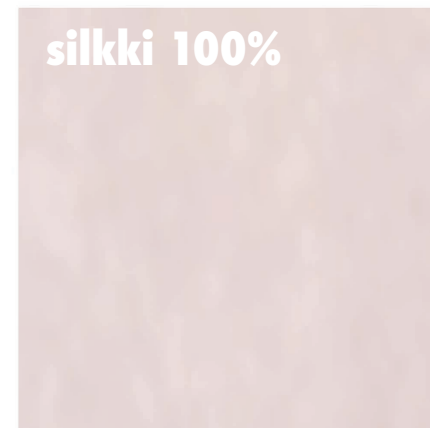
Materiaalien värit valikoituivat aika puhtaasti omien mieltymyksieni mukaan ja siten, kuinka ne sopivat keskenään yhteen. Suurimman osan kankaista kävin ostamassa Tallinnasta, joista ensimmäisenä löysin aivan ihanan vaaleanpunaisen silkkiviskoosisametin. Silkkikankaiden herkkä vaaleanpunainen värimaailma yhdistettynä maskuliiniseen mustaan vinyyliin ja nahkaan toimivat mallistoni kulmakivinä. Myöskin inspiroituneena 'Pink or Blue'-runosta, halusin yhdistää näihin kahteen myös sinistä samettia. Nämä sävyt ovat mielestäni vieläkin hyvin sukupuolitettuja, joten haluankin tuoda ne esille hieman eri tavalla. Värien harmoniaan halusin tuoda myös ripauksen potkua energisemmallalla punaisen sävyllä, joka tuo mielestäni malliston kokonaisuutunnelmaan lisää särmää.



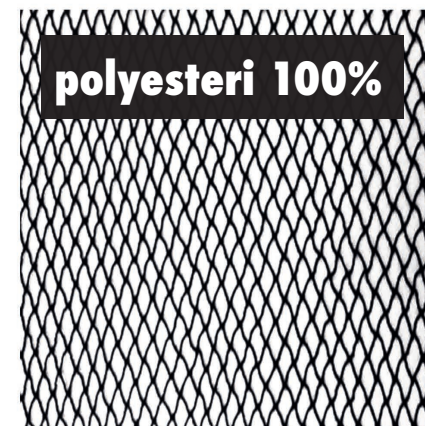
viskoosi 70%
silkki 30%



polyesteri 100%



silkki 100%



polyesteri 100%



polyesteri 100%



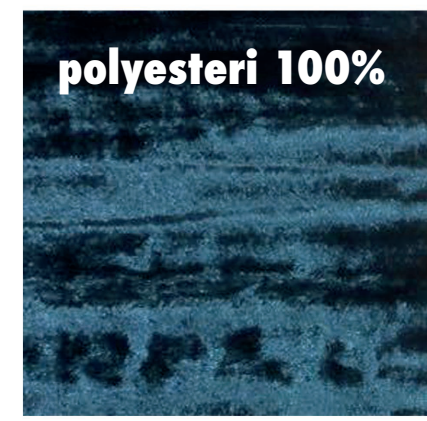
polyesteri 100%
foliointi



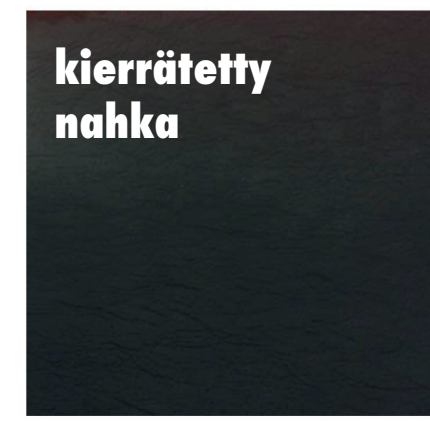
polyesteri 100%



viskoosi 100%



polyesteri 100%



kierrätetty
nahka



polyesteri 100%

4.4 Materiaalin muokkaus

Aikaisemmissa töissäni olen tehnyt paljon printtisuunnittelua, joten hyvin varhaisessa vaiheessa projektia pidin sitä jokseenkin itsestäänselvyytenä myös opinnäytetyössäni. Pian huomasin kuitenkin kääntyväni enemmän materiaalin muokkaustekniikoihin ja lopulta printit saivat väistyä kokonaan. Herkulliset värit kankaissa inspiroivat minua yhdistelemään niitä eri tavoin ompelemalla. Jo ensimmäisten kokeilujen aikana minulle muotoutui idea ”tilkkutäkkimäisestä” tekniikasta, jota apuna käyttäen saisin tuotua mallistoon myös kantaaottavuutta söpöllä ja hausalla tavalla. Ideani siihen sain nännilävistyksistä ja halusin, että niistä muotoutuvat rinnat näyttäytyisivät kuitenkin suhteellisen abstrakteina, jottei niitä rinnastettaisi välttämättä suoraan juuri naisten rintoihin. Nännilävistyksistä ideointi siirtyikin luonnollisesti miettimään miten muulla tavoin voisin hyödyntää metallirenkaita.

Fetisismistä mieleeni tulivat erilaiset remmit nahkasta ja vinyylistä. Näitä ompelemalla yhteen krinoliininauhan kanssa sain aikaan mielenkiintoisen ruudukkokuvion. Mielestäni tämä yhdistelmä on hyvin seksikäs ja sitä varioimalla saa paljon erilaisia tuotteita aikaan. Kiinnostavan tästä tekniikasta saa aikaan sen samanaikainen täysi peittävyys ja paljastavuus.

Tallinnasta löysin myös metritavarana myytävää hakasnauhaa, jota apuna käyttäen saa vaatteeseen myöskin toivottua säädeltävyyttä. Sulkemalla hakaset voi esimerkiksi peittää haluamiaan vartalon kohtia tai sitten vaihtoehtoisesti jättää peittämättä, jos haluaa.



Foliointi



Muutamassa tuotteessa käytin materiaalina vinyyliä, johon halusin estetiikan vuoksi jättää raakareunat. Vinyylin nurjapuoli oli harmaa ja näin myös mielestäni hieman tylsäkö käyttääkseni sitä pelkästään sellaisenaan. Oli siis keksittävä toinen vaihtoehto tuotteen vuorituksen sijaan. Aluksi mietin nurjan puolen maalaamista kangasväreillä, mutta pian muistin foliointitekniikan, jota olin jo kokeillut aikaisemmin materiaalin muokkauskurssilla. Kuinka ollakaan, löysin aivan värimaailmaani sopivan ruusukullan sävyisen folion Seriväriltä, joka osoittautui niin näyttäväksi, että päätin käyttää myös sitä enemmän hyödykseni suunnittelussa.

Tekniikka itsessään on helppo, koska tällä kertaa halusin folioida koko nurjan puolen ilman sen erikoisempaa printtiä. Pinnan tekstuuri sai puolestaan olla aika orgaaninen, joten päätin käyttää maalausvälineenäni isoa maalisutia. Näin sain pintaan myös kaivattua rosoisuutta. Ensin levitin nurjalle puolelle vesipohjaista lämpöliimapastaa, jota ohensin hieman tälle tarkoitetulle ohenteella. Liiman jätin kuivumaan tasolle vuorokauden ajaksi, jonka jälkeen asetin folion liiman päälle ja lämpökiinnitin sen prässillä noin 140:ssä asteessa. Kokeilin ensin tekniikkaa pienelle testipalalle varmistaakseni, ettei vinyyli kärsinyt näin korkeassa lämpötilassa.



4.5 Luonnoksia

Luonnostelun aloitin käyttäen kollaasitekniikkaa Adobe Photoshopilla. Tämä on tekniikka, jonka olen omaksunut helpoksi keinoksi suunnitteluprosessissani. Näin pääsen näkemään heti, miten valitut materiaalit sopivat mihinkin tuotteeseen ja kuinka yhdistellä tuotteita keskenään. Luonnostelun jälki on toki myös hyvin karkeaa, sillä kankaan laskeutuvuutta ei näe aivan samalla tavalla kuin piirtäessä käsin. Suunnittelijana olen kuitenkin hyvin materiaalilähtöinen ja tämän vuoksi kollaasitekniikka tuntuu myös luontevammalta vaihtoehdolta käsin piirtämiseen verrattuna.

Suunnittelu itsessään lähti hyvin lennokkaasti alkuun ja välillä minusta tuntui, että ongelmakseni koitui lähinnä ideoiden paljous, eikä niiden puute. Loppua kohti olenkin joutunut karsimaan hyvin paljon tekniikoi- ta, jotka olisivat loppujen lopuksi käyneet liian aikaa vieviksi ja työläiksi toteuttaa yksin. Näin myös visuaalinen puoli rauhoittui loppujen lopulta muutamaa materiaalin muokkaustekniikkaan.

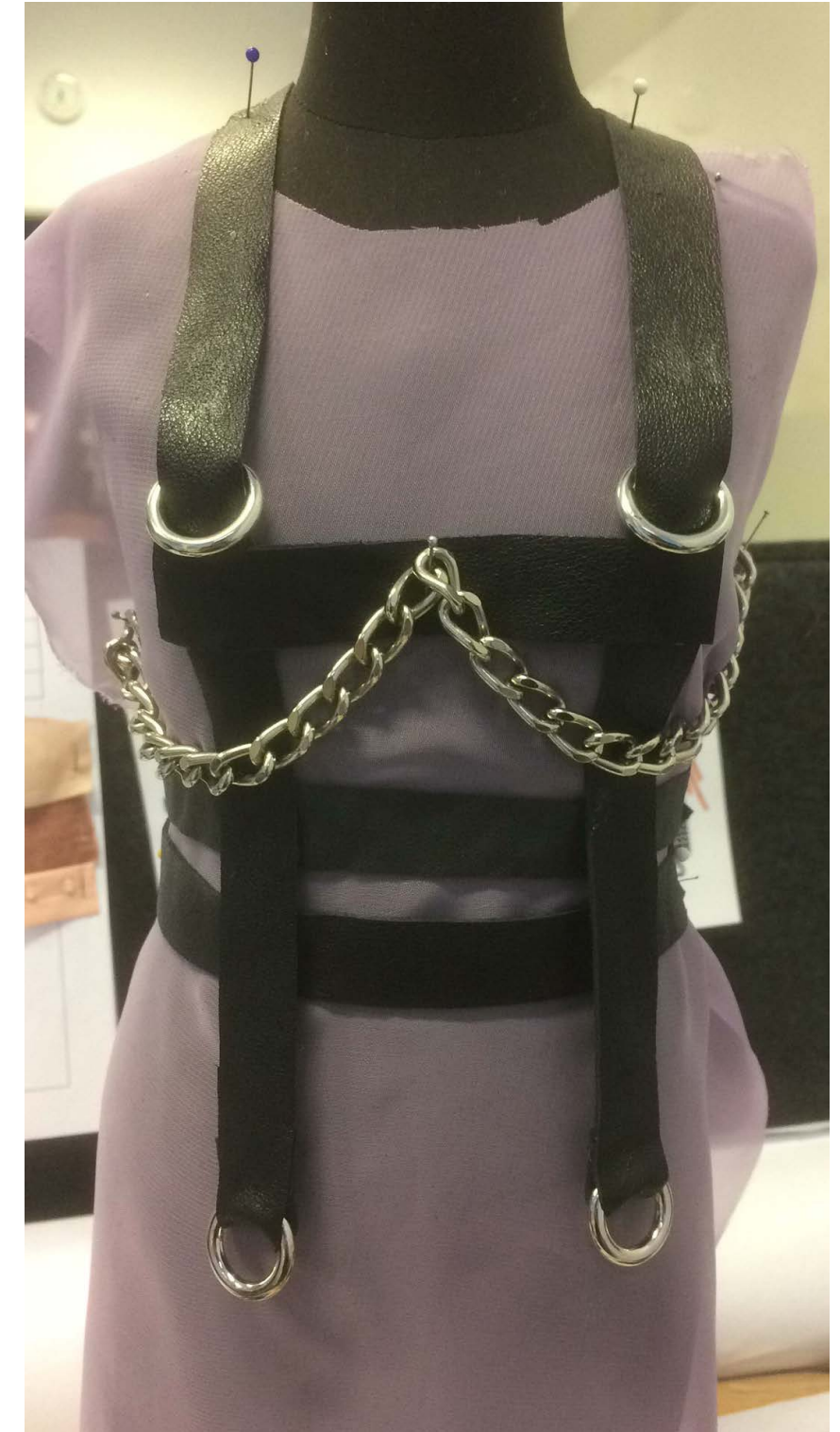


4.6 Kaavoitus ja valmistus

Persoonaltani olen myös suhteellisen malttamaton ja haluan heti nähdä suunnittelemani tuotteen lopputuloksen. Nukelle muotoilu toimii näin oivana apuvälineenä suunnittelussa. Tämä tekniikka on minulle suhteellisen uusi, mutta siitä oli suuri apu kietaisutoppia ja harness-liiviä suunnitellessani. Näiden tuotteiden lopullista toimivuutta olisi ollut paljon vaikeampaa hahmottaa pelkästään kaksiulotteisesti kaavoittaessa. Olen sitä mieltä, että erityisesti unisex-tuotteiden suunnittelussa tämä tekniikka toimii erinomaisesti, sillä näin pääsee heti kokeilemaan mallin soveltuvuuden sekä mies- että naisnuken päälle.

Aikaisemmissa projekteissa olen usein huomannut, että parhaimmat ideat saan lähtiessäni toteuttamaan ensimmäisiä tuotteita. Suunnittelijana pidän erityisesti yksityiskohtien viilaamisesta koko prosessin aikana, sillä haluan myös että tuotteita pystyy käyttämään myös yhdistelemällä niitä eri tavoin. Päädyin tekemään jokaisesta valmistettavasta tuotteesta protot, koska näin pystyin myös hienosäättämään niitä paremmin. Kokonaisuudessaan line-up muodostui lopulliseen muotoonsa vasta kun pääsin myös ompelussa kunnolla vauhtiin.

Aikataulut oli asia mikä minua huolestutti projektissa eniten. Onneksi, aikaisemmista töistäni oppineena, tein kuitenkin itselleni tarkat suunnitelmat pysyäkseen aina ajan tasalla. Jos jokin protoista ei miellyttänyt odotuksiani sillä hetkellä, päätin aikaa säästääkseni siirtyä seuraavaan tuotteeseen. Muita tuotteita kehittäessä eteenpäin myös keskeneräiset tuotteet lopulta saivat lopullisen muotonsa, kun malliston kokonaisuus hahmottui selkeämmäksi.



A pair of hands wearing white gloves are positioned to form a heart shape. The hands are set against a vibrant red background, which appears to be the interior of a garment or a bag, as evidenced by the visible zippers and seams. The entire scene is framed by a dark, possibly black, border. A semi-transparent white rectangular box is centered over the hands, containing the text '5.0' and 'MALLISTO' in white.

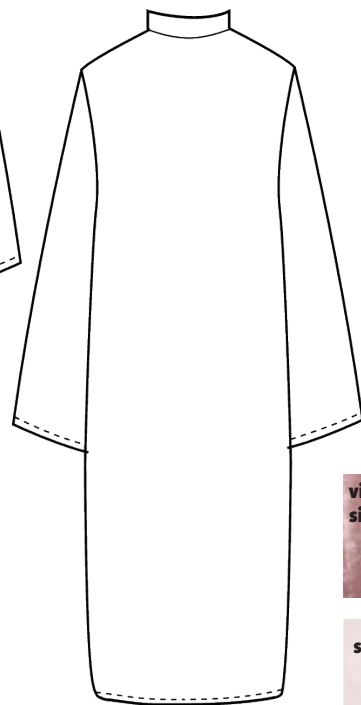
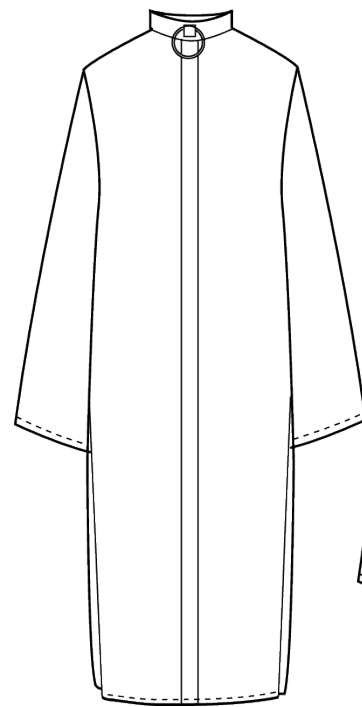
5.0

MALLISTO

5.1. Mallistokartta

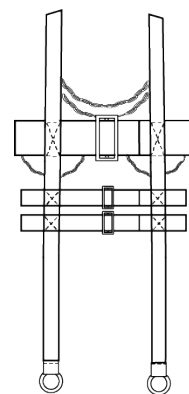
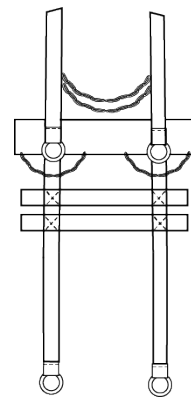






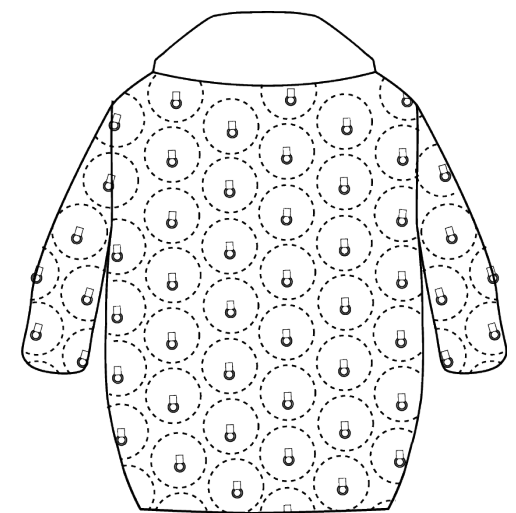
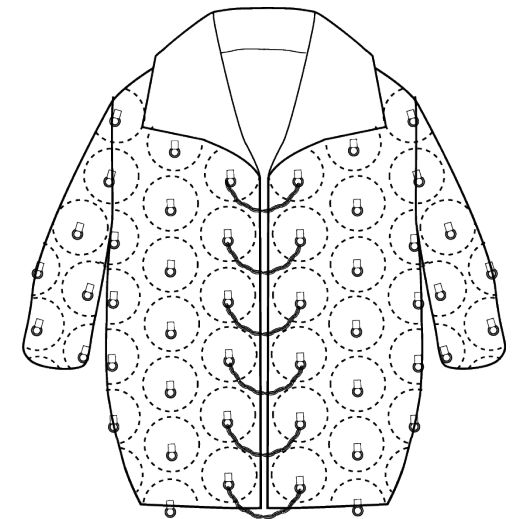
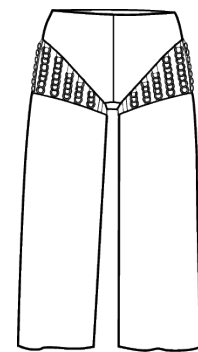
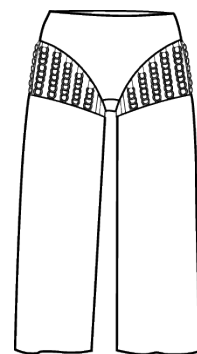
viskoosi 70%
silkki 30%

silkki 100%



polyesteri
100%

viskoosi 70%
silkki 30%

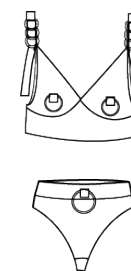


polyesteri
100%

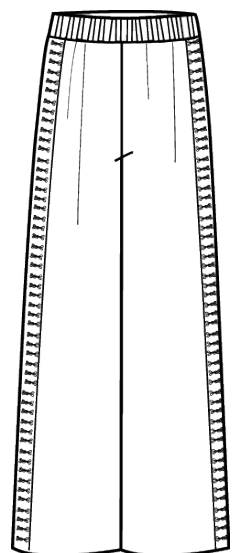
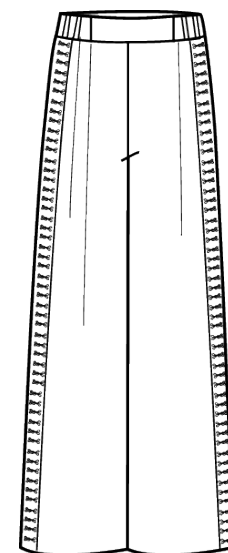
viskoosi
100%

polyesteri
100%

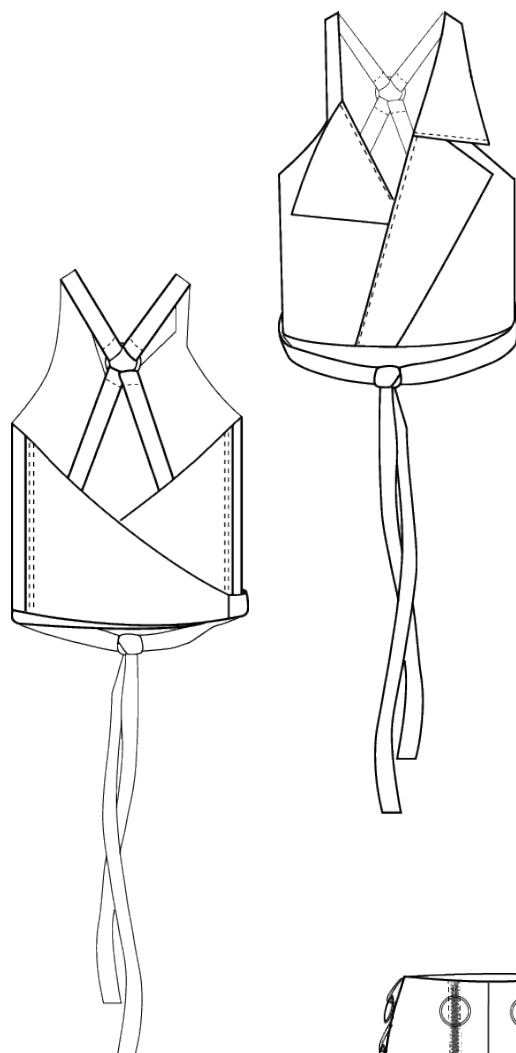
viskoosi 70%
silkki 30%



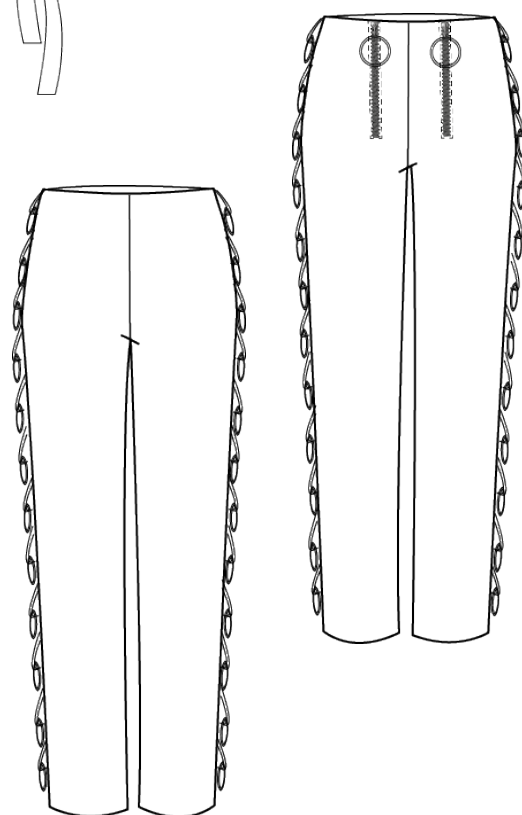
silkki 100%



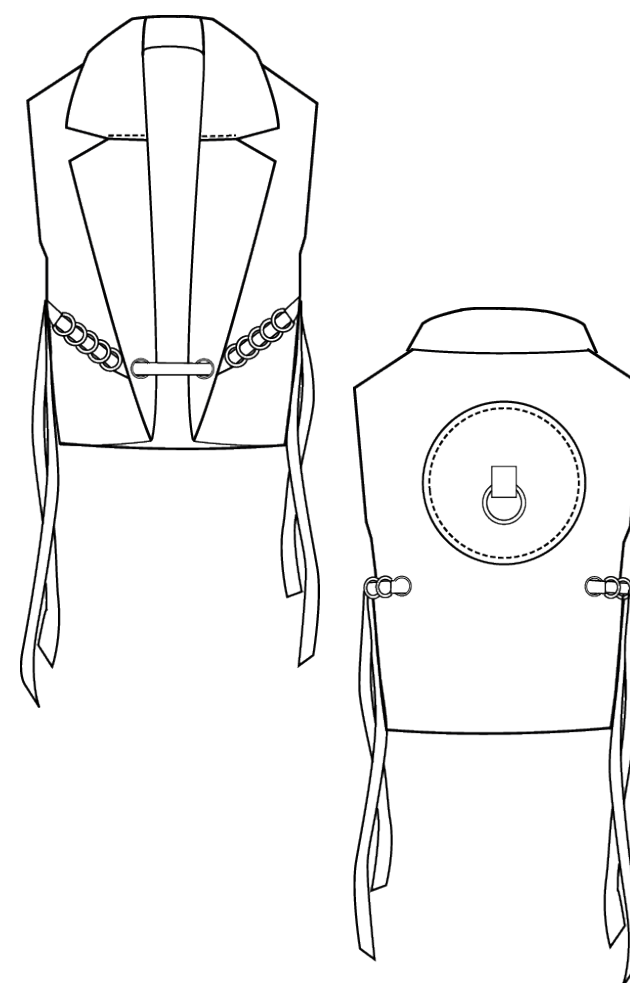
kierrätetty
nahka



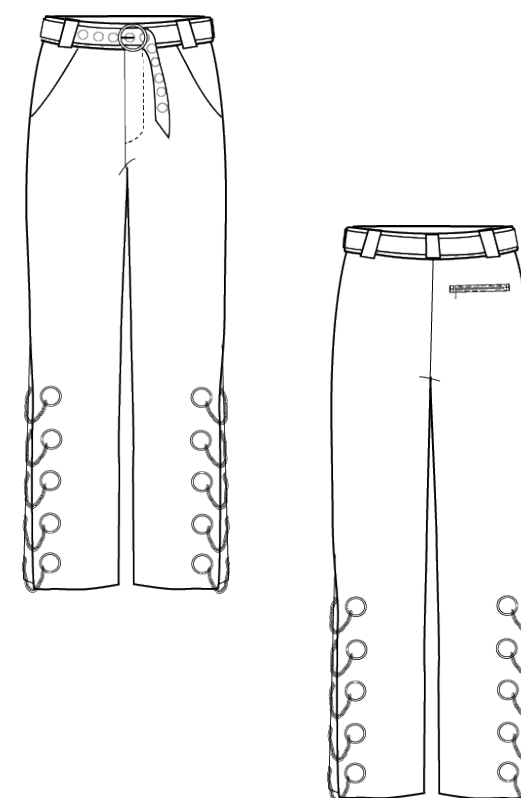
polyesteri
100%



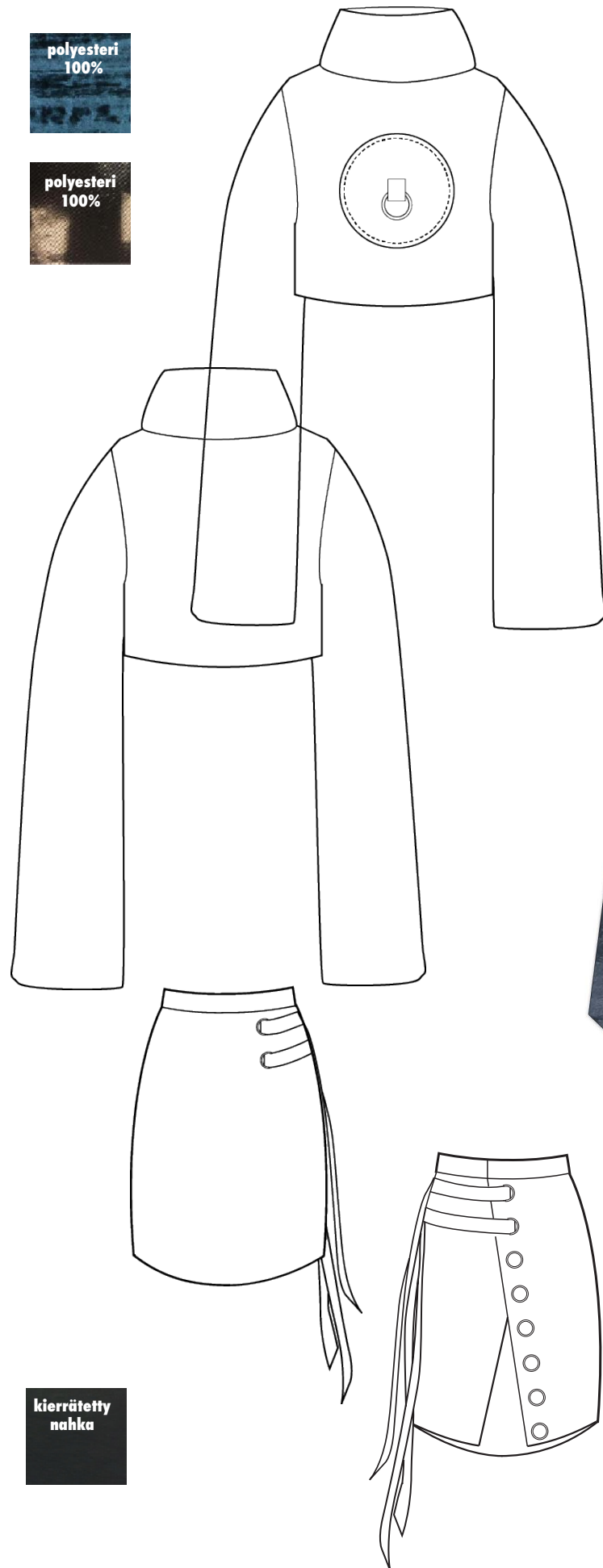
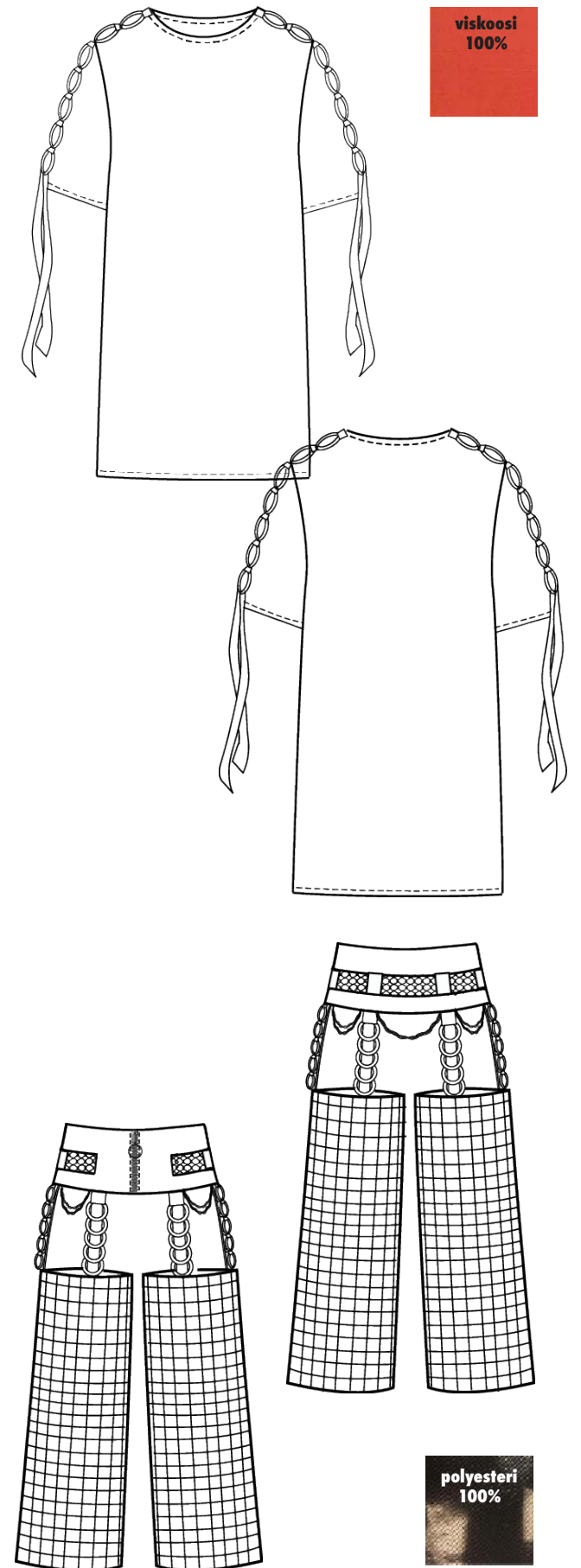
polyesteri
100%

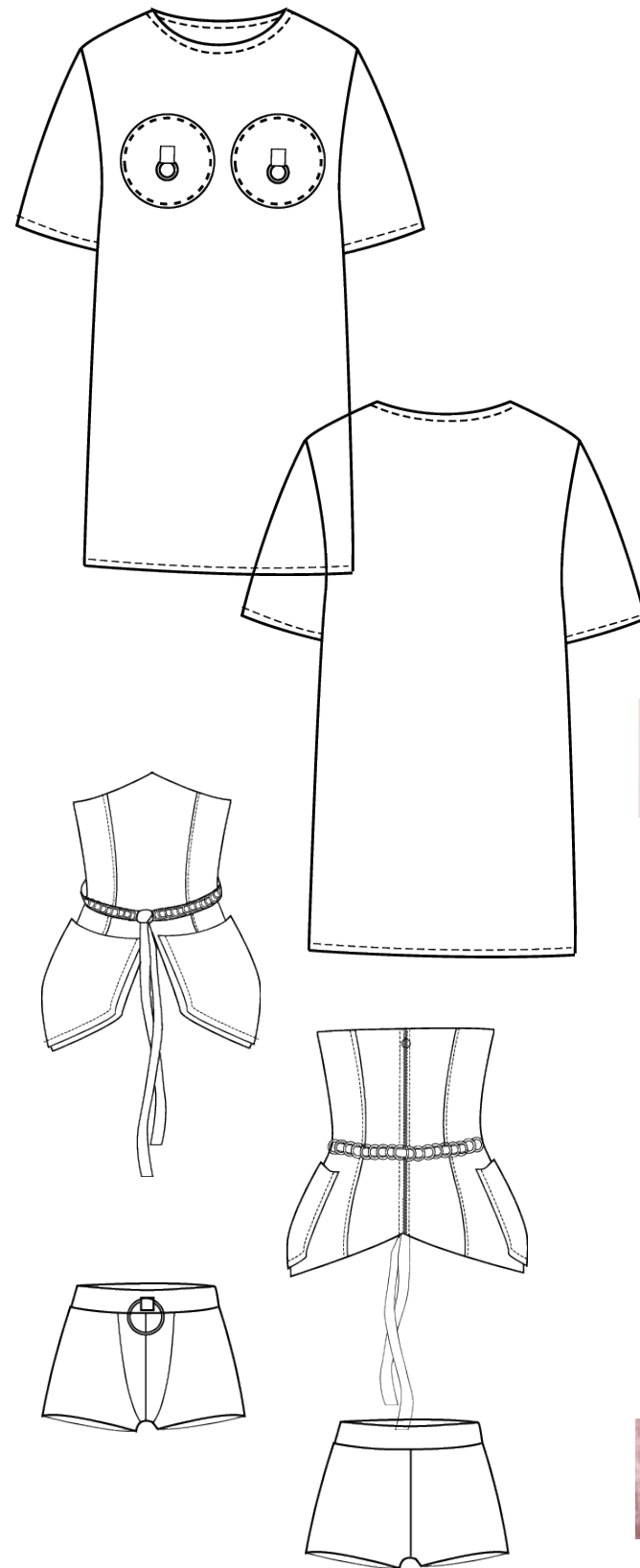


viskoosi
100%





polyesteri
100%polyesteri
100%viskoosi
100%

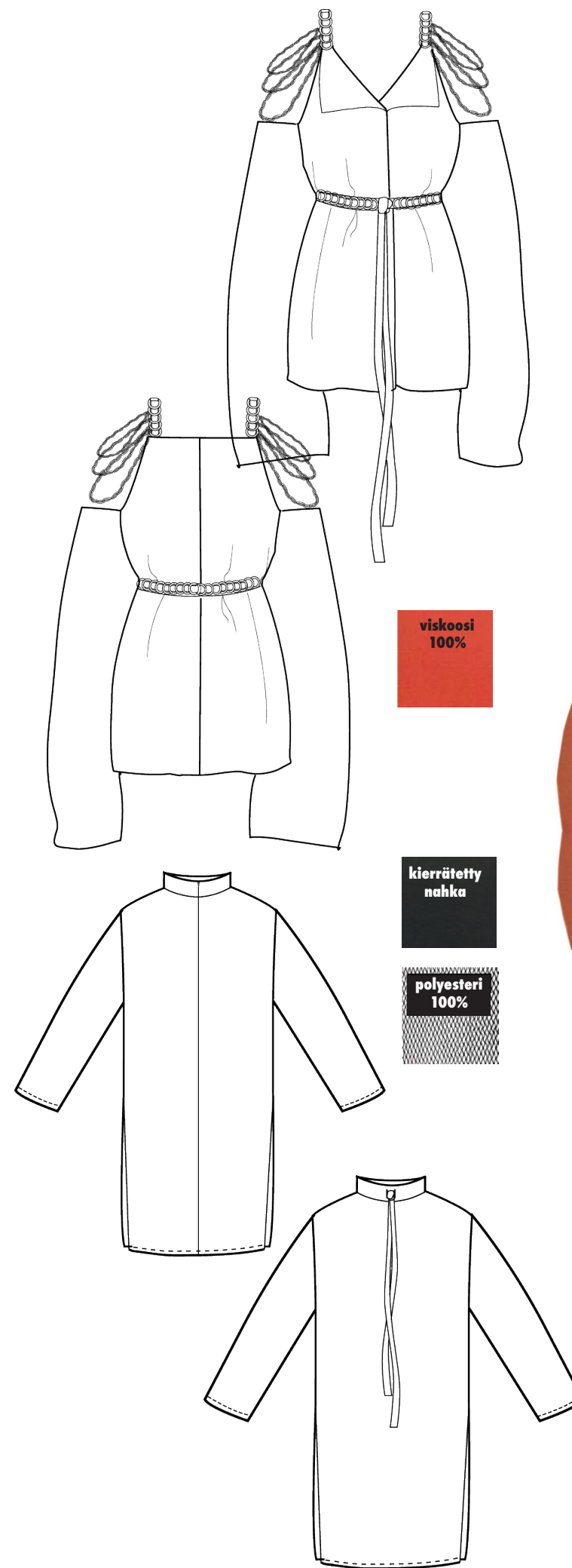


silkki 100%

**polyesteri
100%
foliointi**

**kierrätetty
nahka**

**viskoosi 70%
silkki 30%**



**viskoosi
100%**

**kierrätetty
nahka**

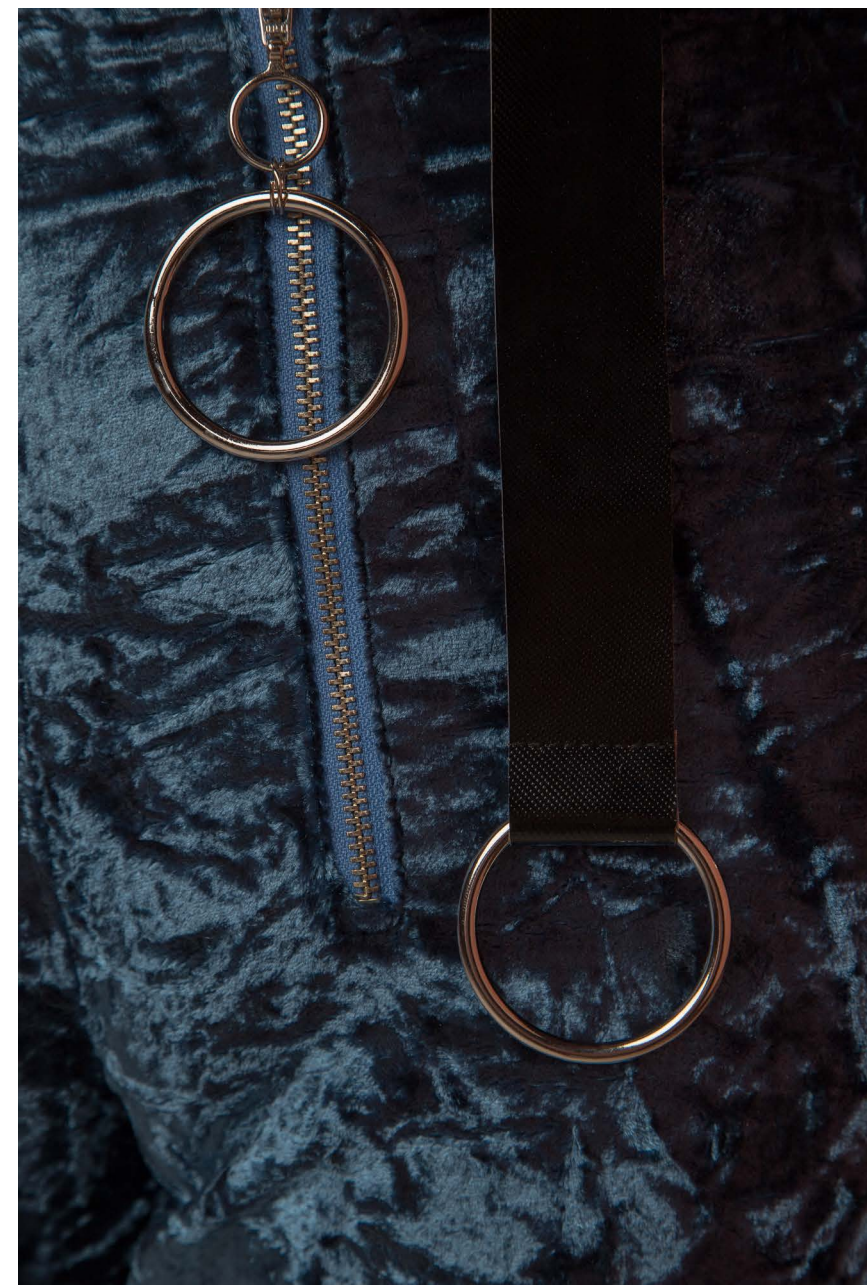
**polyesteri
100%**

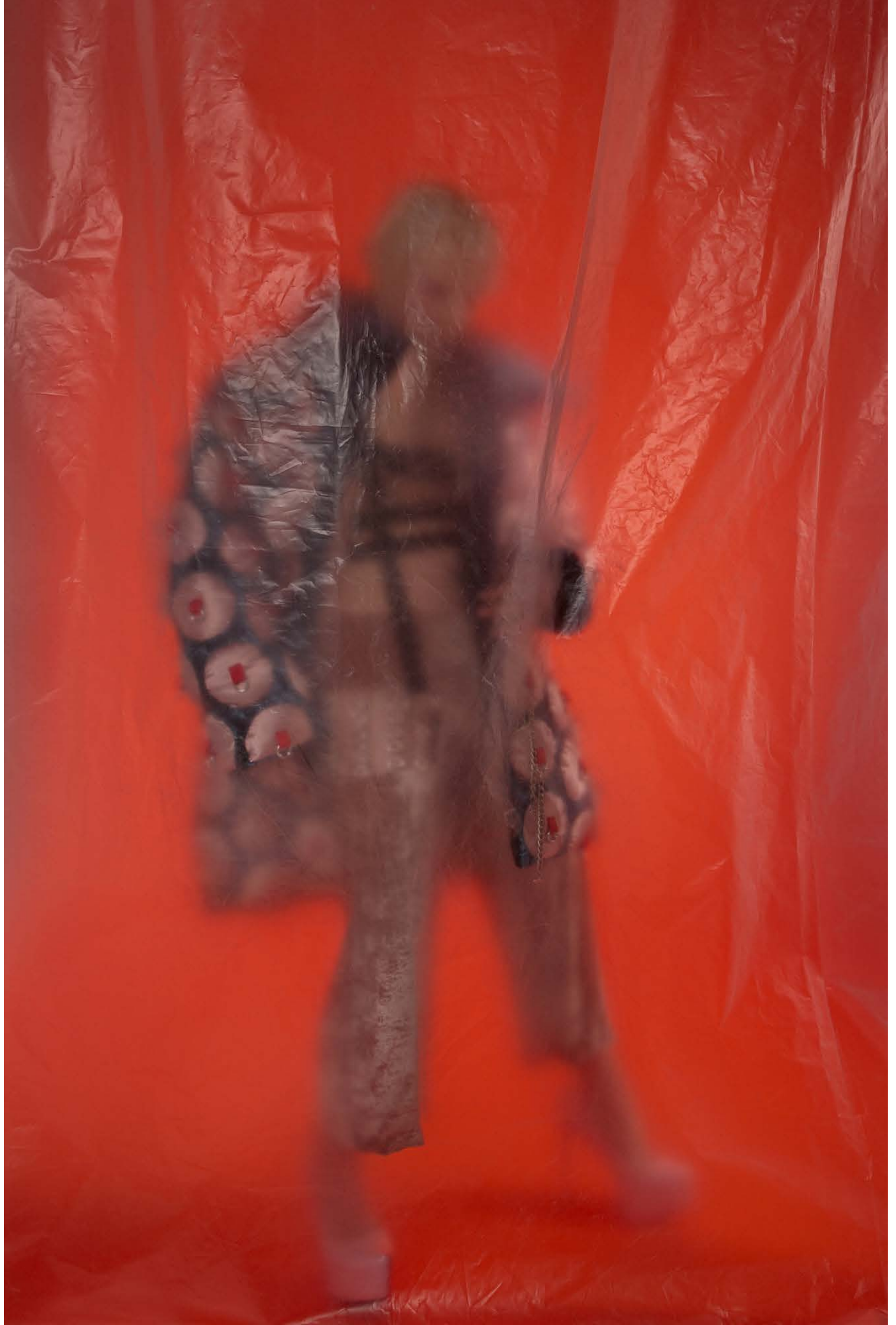




5.6

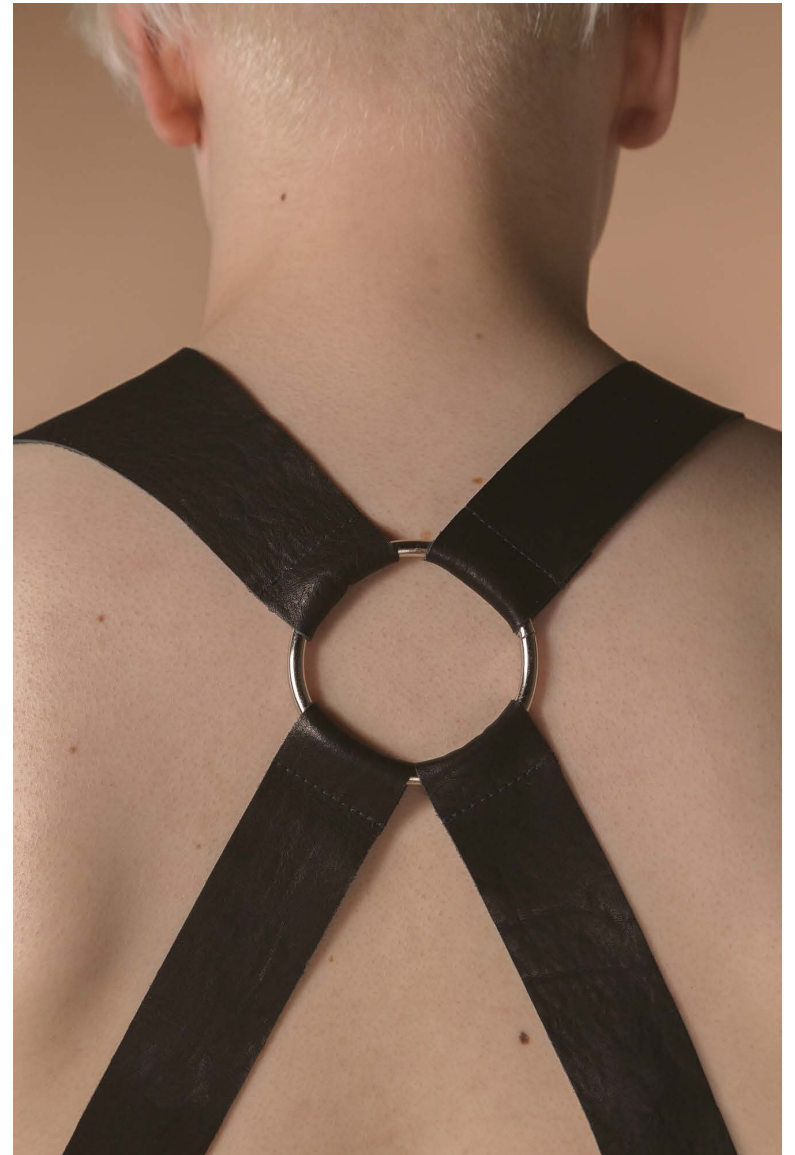
Editorial-kuvat









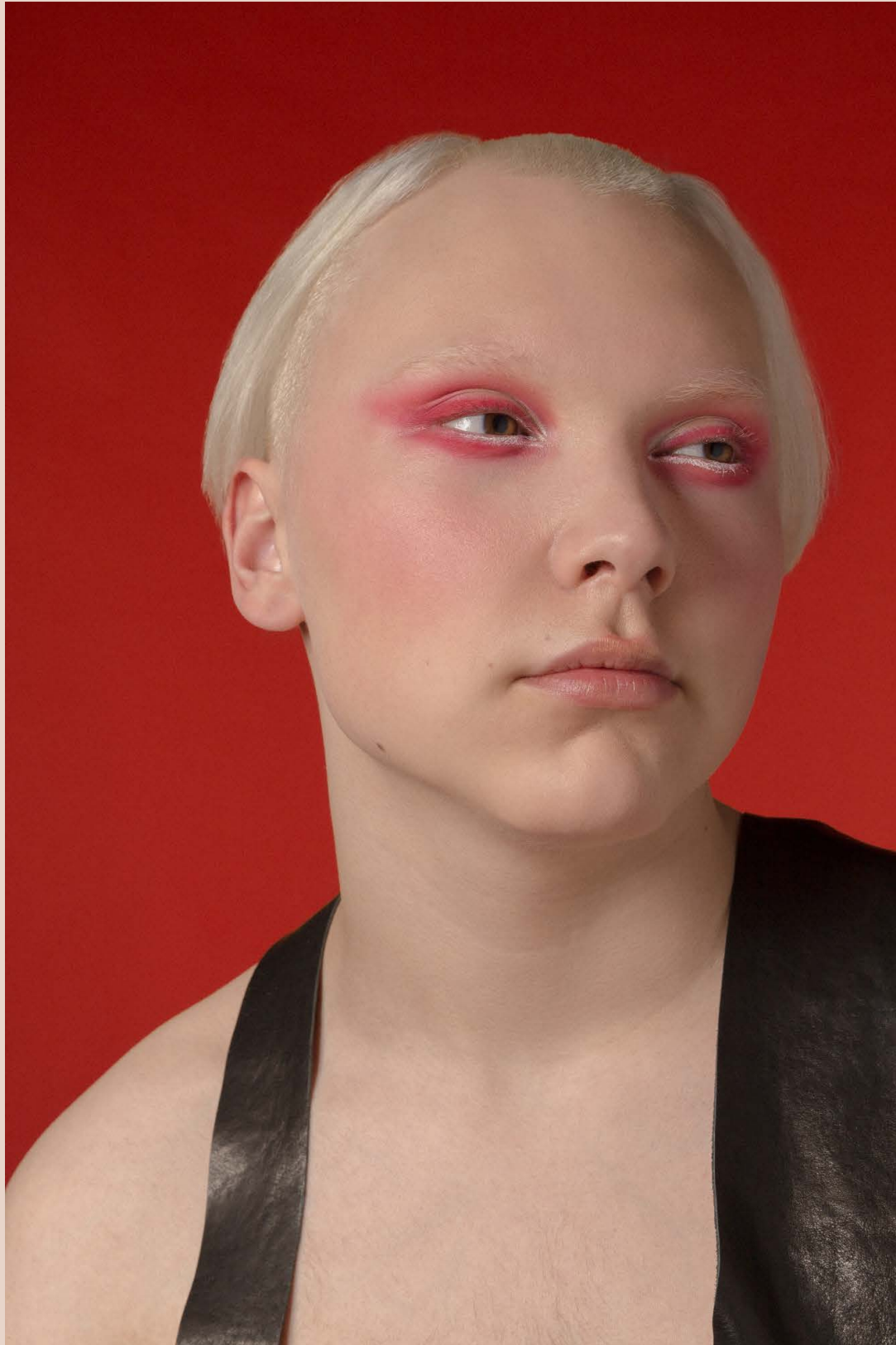
















Loppupäätelmät

Opinnäytetyöni tavoitteina oli luoda kantaa ottava vaatemallisto artistille. Suurimpana haasteenani kohtasin sen, että halusin tämän olevan sukupuoleen sitoutumaton mallisto. Suunnittelijana en koe olevani vahvimmillani kaavoi-
tuksessa, mutta olen ylpeä siitä, miten rohkeasti lähdin kokeilemaan uusia asioita. Yllätyin, kuinka nopeasti löysin tuotteisiin sopivan mallin, joka istuisi niin feminiiniselle, kuin maskuliinisellekin vartalolle.

Tämä prosessi opetti minulle paljon uusia puolia itsestäni suunnittelijana. Olen nyt paljon rohkeampi aloittamaan isompia ja haastavampia projekteja myös tulevaisuudessa. Aikataulutuksessa tuntuisi aina olevan parannettavaa, jotta töitä ei kasaantuisi liiaksi loppua kohden, mutta huomasin kuitenkin, että aikaisemmat projektini ovat jo hieman kouluneet minua tähän. Vaatteet valmistuivat hyvin ajallaan, huolimatta materiaalin muokkauksessa käyttämästäni työläästä ja hitaasta tekniikasta. Tissitakin valmistuksessa kuitenkin jouduin toteamaan, että tätä tekniikkaa en ehtisi toteuttaa seminaariin valmistettavista tuotteista enempää, kuin juuri tämän yhden. Tässä tuotteessa koen löytäneeni myös jotain uutta muotimaailmaan ja siitä onkin muodostunut malliston henkilökohtainen suosikkini. Odotan jo innolla pääseväni tekemään lisää tuotteita kyseisellä tekniikalla.

Kirjallisen työn viimeistelyyn tuntui jäävän odotettua vähemmän aikaa ja minusta tuntui, etten olisi malttanut lopettaa uusien lähteiden tutkimista. Aihe on hyvin ajankohtainen ja tämän vuoksi myös materiaalia tulvi televisiosta ja sosiaalisesta mediasta. Luulen, että käytin lopulta liikaa aikaa taustatutkimuksen kasaamiseen, kun olisi jo pitänyt olla tekemässä seuraavaa vaihetta. Itselleni tutkimusosuus oli hyvin tärkeä pohja myös mallistoni kokonaiskuvan ymmärtämiseksi.





Kiitokset

Minna Cheung
 Susanna Björklund
 Marjut Yli-Mäyry
 Heikki Saros
 Tuija-Maija Piironen

MUVA14

Viivi Huuska
 Vesa Silver
 Taika Oja
 Vertti Vesala

Severi Rahikainen
 Pinja Piipponen
 Sarianna Kymäläinen
 Linda Oksanen
 Elina Pietarinen
 Eveliina Holopainen
 Emma Hirvonen
 Jonna Munukka

Perhe ja ystävät

Lähteet

Kirjalliset lähteet:

- Karkulehto, S. 2011. Seksin mediamarkkinat. Helsinki: Gaudeamus.
- Laiho, M. & Ruoho, I. 2005. Median merkitsemät: Ruumis ja sukupuoli kuvasa. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Nikunen K., Paasonen S. & Saarenmaa L. 2005. Jokapäiväinen Pornomme: Media, Seksuaalisuus Ja Populaarikulttuuri. Tampere: Vastapaino.

Elektroniset lähteet:

- Ala-Risku, P. 2018. "Mitäs pukeuduit provosoivasti" on typerä puolustus seksuaaliselle häirinnälle – Aivojen asiantuntija vääntää rautalangasta, miksi. Helsingin Sanomat. [viitattu 2.4..2018]. Saatavissa <https://www.hs.fi/elama/art-2000005551169.html?share=fbfc50180f0c40d1c881f393cabaa1d8>
- Brinkhurst-Cuff, C. 2017. Model gets rape threats after advert shows her unshaved legs. Dazed magazine [viitattu 2.4..2018]. Saatavissa <http://www.dazeddigital.com/fashion/article/37689/1/model-gets-rape-threats-after-advert-shows-her-unshaved-legs>
- Cartner-Morley, J. 2017. How Sex Came Back Into Fashion. Elle magazine [viitattu 15.12.2017]. Saatavissa: <http://www.elleuk.com/fashion/what-to-wear/articles/a34630/sex-in-fashion/>
- Hanhinen, H. 2017. Me too -kampanja täytti somen – Seksuaalinen häirintä näkyy karuina lukuina jo koululaisten kyselyissä. Yle. [viitattu 15.12.2017]. Saatavissa <https://yle.fi/uutiset/3-9886385>
- Helsingin Sanomat 2017, Nytin toimitus, Sairaalloisen laiaksi muokattujen mallien muotikuvat tulevat nyt varoitusleimalla – Ranskan uusi terveyslaki astui voimaan [viitattu 09.11.2017]. Saatavissa: <https://www.hs.fi/nyt/art-2000005391318.html>

- Hope Allwood, E. 2015. Fashion v censorship: a history of banned ads. Dazed magazine [viitattu 2.4..2018]. Saatavissa: <http://www.dazeddigital.com/fashion/article/24720/1/fashion-v-censorship-a-history-of-banned-ads-miu-miu-tom-ford>
- Kay, J. 2017. Rethinking masculinity – beyond stereotypes. i-D Magazine. [viitattu 2.4..2018]. Saatavissa https://i-d.vice.com/en_uk/article/xwa5bq/rethinking-masculinity-curated-by-girls-berlin
- Seta, 2016. Sateenkaarisanasto. [viitattu 09.11.2017]. Saatavissa: <http://seta.fi/sateenkaarisanasto/>
- Simes, I. 2017. Taideteoksia Myötätunnosta. Voima. [viitattu 2.4..2018]. Saatavissa <http://voima.fi/artikkeli/2017/taideteoksia-myotatunnosta/>

Opinnäytetyöt:

- Niemi, P. 2006. Heavyrock-yhtyeen imagon rakentuminen ja siitä saatavien mielikuvien tulkinta. Jyväskylän ammattikorkeakoulu, Opinnäytetyö, [viitattu 12.2.2018]. Saatavissa: <http://www.theseus.fi/handle/10024/17926>
- Vainio, I. 2016. Alaston. Lahden ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö [viitattu 12.2.2018]. Saatavissa: <http://www.theseus.fi/handle/10024/107748>

Haastattelut:

- Huuska, V. 2017. Valokuvaaja ja ohjaaja. Haastattelu 8.11.2017. Ainoisto on opinnäytetyön tekijän hallussa.
- Silver, V. 2017. VS: Haastattelu. Sähköpostiviesti. Vastaanottaja Määttä, K. Lähetetty 31.1.2018. Ainoisto on opinnäytetyön tekijän hallussa.

Taika Oja
Hävytön
editorial-kuvaukset
2018



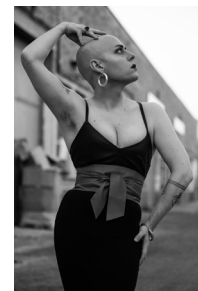
Taika Oja
Hävytön
editorial-kuvaukset
2018



American Apparel -
mainoskampanjakuvastoa



Isaac Flores -
https://i-d.vice.com/en_us/article/vbypv8/gritty-photographs-of-barcelonas-queer-scene-at-night



Tatiana Leshkina -
<https://theblueprint.ru/fashion/chanel-transparent-plastic>



Liam Warton -
https://i-d.vice.com/en_uk/article/xwa5bq/rethinking-masculinity-curated-by-girls-berlin



Emma Sampson -
<http://www.kaltblut-magazine.com/artist-of-the-week-anna-sampson-gender-trouble/>



Pierre-Ange Carlotti -
<http://purple.fr/magazine/ss-2017-issue-27/sex-fashion-5/>



Tatiana Leshkina -
<http://hartleshkina.com/category/fashion-commissions/>



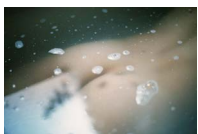
BMW -
mainoskampanjakuvastoa
<http://www.karanovic.org/courses/mca008/archives/1515>



Dolce & Gabbana -
mainoskampanjakuvastoa



Annika Weertz -
https://i-d.vice.com/en_uk/article/xwa5bq/rethinking-masculinity-curated-by-girls-berlin



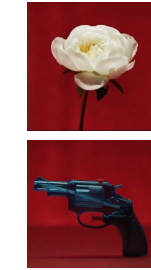
Joseph Barrett -
https://i-d.vice.com/en_uk/article/xwa5bq/rethinking-masculinity-curated-by-girls-berlin



Instagram:
brookeholm
<https://www.instagram.com/brookeholm/>



Kuvakaappaus videolta
'Pink or Blue'
<https://vimeo.com/223503242>



Playboy kansi
<http://www.famousfix.com/topic/playboy-magazine-united-states-april-1998>



Ellen Von Unwerth -
Paper Magazinen kansi
<https://www.highsnobiety.com/p/paper-magazine-top-7-covers/>



<http://www.dazeddigital.com/fashion/article/24720/1/fashion-v-censorship-a-history-of-banned-ads-miu-miu-tom-ford>



Tom Ford mainoskampanjakuvastoa (vuosi)
<http://www.dazeddigital.com/fashion/article/24720/1/fashion-v-censorship-a-history-of-banned-ads-miu-miu-tom-ford>



Tom Ford mainoskampanjakuvastoa (vuosi)



Maisie Cousins -
<http://www.maisiecousins.com/sex#6>



Frederique Van Espen -
<http://www.frederiquevanespen.com/new-gallery-5/o326gswh8yjer3oawshkmq7y4a6wjb>



Arvida Byström
self portrait
<https://fi.pinterest.com/pin/285697170089855455/>



<https://www.artsy.net/show/belvedere-museum-the-vulgar-fashion-redefined>



Pierre-Ange Carlotti -
<http://purple.fr/magazine/ss-2017-issue-27/sex-fashion-5/>



Simelius Simelius -
<https://simeliussimelius.com/portfolio-simelius/antti-tuisku/>



Ben Hopper
<https://therealbenhopper.com/Quick-Portfolio/1/thumbs>



Moodboard kuva
Benjamin Vnuk
<https://fi.pinterest.com/pin/489977634452964256/>



Pierre-Ange Carlotti -
<http://purple.fr/magazine/ss-2017-issue-27/sex-fashion-5/>



Marco Ovando -
<https://fi.pinterest.com/pin/84301824257864927/>



Philippe Vogelenzang
<https://models.com/work/candy-magazine-the-dutch-house-of-extravaganza---fong-leng/335489>



Dagmar Rousset -
<http://beatpie.tumblr.com/post/116015129953/dagmar-rousset-instagram>



Maisie Cousins -
<http://www.maisiecousins.com/home>



<http://potpills.tumblr.com/post/74266518326>



Grace Lillash
<http://fashiongrunge.com/2016/09/06/inside-her-lo-fi-world-an-interview-with-grace-lillash/>



<https://fi.pinterest.com/pin/48997763445332660/>



Posessikuvia
Kati Määttä (2018)



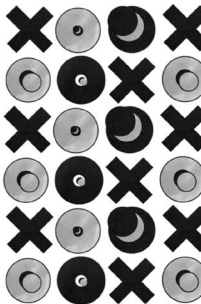
Martyn Franklin -
<https://www.pinterest.co.uk/pin/12596073942136087/>



Artisti Grace Jones
<https://fi.pinterest.com/pin/326651779216561873/>



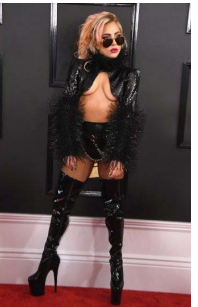
Printti:
Kati Määttä (2017)



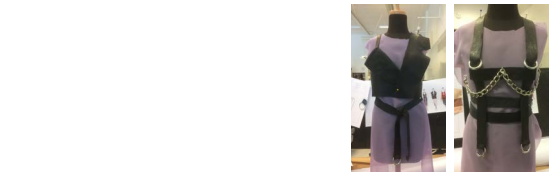
Nedda Afsari -
https://i-d.vice.com/en_us/article/gymxxq/muted-fawn-photographs-her-friends-in-bondage-gear



Artisti Lady Gaga
(2017 Grammys)
<https://www.seventeen.com/fashion/celeb-fashion/news/a45034/lady-gaga-grammys-outfit/>



Uwe Schramm -
<http://www.uwe-schramm.de/>
<https://the22blog.com/2012/07/09/uwe-schramm/#jp-carousel-34779>



Taika Oja
Hävytön-opinnäytetyön
editorial-kuvaukset
2018

